

TELEVISÃO E CIDADANIA

Contributos para o debate sobre o serviço público

Coordenação de Manuel Pinto

TELEVISÃO E CIDADANIA

*A Coleção Comunicação e Sociedade é dirigida por Moisés de Lemos Martins,
do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.*

TELEVISÃO E CIDADANIA

Contributos para o debate sobre o serviço público

Coordenação: Manuel Pinto

Direção gráfica e capa: António Modesto

© CAMPO DAS LETRAS – Editores, S. A., 2005

Rua D. Manuel II, 33 – 5.º 4050-345 Porto

Telef.: 226 080 870 Fax: 226 080 880

E-mail: campo.lettras@mail.telepac.pt

Site: www.campo-lettras.pt

Impressão: Papelmunde SMG, Lda. – Famalicão

2.ª edição, aumentada: Maio de 2005

Depósito legal n.º 225957/05

ISBN: 972-610-928-0

Código de barras: 9789726109280

Colecção: Comunicação e Sociedade - 1

*Esta colecção resulta da colaboração entre a editora Campo das Letras
e o Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade.*



TELEVISÃO E CIDADANIA

Contributos para o debate sobre o serviço público

Manuel Pinto (Coord.)

Trabalho elaborado no quadro do projecto "Mediascópio"
– Estudo da Reconfiguração do Campo da Comunicação e dos
Media em Portugal, financiado pela FCT através do programa
Sapiens (POCTI/COM/41888/2001).

Uma primeira edição deste trabalho, de tiragem reduzida, foi
publicada em 2003 pelo Centro de Estudos de Comunicação
e Sociedade.



Prefácio

Por uma democracia a vir.

A televisão de serviço público e a sociedade civil.

Moisés de Lemos Martins*

Sabemos que a melancolia diz bem o espírito deste tempo. Agora que o real está em falta e que a nossa época agoniza em sofrimento de finalidade, vemos o imaginário trágico poisar sobre nós e habitar-nos, qual coruja de Minerva levantando voo ao entardecer.

A melancolia é a afecção que melhor caracteriza a idade do trágico, e esta mais não é do que a crise da modernidade. A sociedade de comunicação generalizada que é a nossa, sociedade mediática, onde a televisão reina de um modo indisputado, revela a crise do moderno, o que quer dizer a crise da esperança. Sem exigência ético-política, pouco lhe importando o corpo que há que dar à comunidade, o nosso ideal democrático ganhou, na era mediática, um estatuto poético e estético e satisfaz-se em melancolia.

E todavia, quando Max Weber explicou a dessacralização moderna pelo surgimento do Estado burocrático, da economia de mercado e da tecnociência, talvez não fosse imaginável ainda a derrota da razão triunfante. A modernidade dessacralizava a razão secularizando-a, mas, ao perder o carácter de princípio universal e intemporal, e ao adquirir uma dimensão histórica culturalmente determinada, que a confinava à idade da técnica, a razão deixava, entretanto, de ser olhada como o que salva e passava a constituir uma ameaça aos próprios valores humanos.

* *Director do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (moisesm@ics.uminho.pt).*

Sabemo-lo hoje, o Estado burocrático abraça-nos como só um urso nos pode abraçar, quebrando na razão monológica do controlo, não apenas a ideia de um sujeito singular e livre, mas também o sentido das suas práticas. Curioso destino este, o do nosso ideal democrático. Fundado no contrato livremente consentido, que um Estado de direito corporiza, e permitindo o sonho de uma sociedade governada em nome do bem, do justo e do verdadeiro, vemo-lo agonizar agora de aborrecimento, num quotidiano higienizado e atolado no indiferentismo e absentismo políticos.

Por sua vez o mercado, com a regra da competição total, fala-nos de um mundo raso, um mundo de troca total, sujeito ao princípio da moeda, que é o equivalente geral de toda a mercadoria, bens, corpos e almas.

Já a tecnociência, vemo-la constituir-se como uma realidade separada. Ela não se cinge mais à simples instrumentalidade. Investe agora a própria natureza e substitui-se à escatologia, como se das suas realizações protésicas e clónicas (próteses de silicone, implantes de cabelo, implantes electrónicos no cérebro para realizar *up grades* de inteligência, implantes de embriões clonados para apurar a raça humana) pudéssemos esperar a superação da nossa insuficiência e a destruição da morte.

Esgazeada entretanto pela ideia da competição total, a Cidade domestica a aventura humana, deixando-se embarcar em viagens tranquilas e sem risco ao reino da evasão, do exotismo e do fantástico, viagens essas que as tecnologias e os *media* lhe prodigam em fartos borbotões, e vive anestesiada, sem nenhuma espécie de compromisso com a época e com as ideias que a motivam.

A televisão inscreve-se neste processo de dessacralização moderna, que se desloca do paradigma da palavra para o paradigma da visão, por injeção e mobilização tecnológicas. Realizando-se como comunicação, consumo e lazer, a televisão é hoje uma realidade abismada pelo fantasma da transparência comunicacional, deleitando-nos, mais do que qualquer outro *medium*, numa calda de emoções, que traveste de uma euforia puxada à manivela a aventura humana.

Reverberante de luz, a televisão realiza a nossa modernidade como racionalidade tecnológica e como experiência estética. Ou seja, a televisão não só nos inebria num pluralismo de jogos e simulacros, como, por outro lado, chafurda sem esperança num quotidiano transformado na presa fácil de uma transcrição ruidosa e incessante, que o nega enquanto quotidiano em que arriscamos a pele.

Falando especificamente da televisão pública, é possível dizer que desde sempre ela foi entre nós uma realidade de carácter estatal, que serviu todos os governos, sem que alguma vez tivesse servido público algum. E hoje, além de estatal, a televisão pública é uma realidade mercantil, porque mercantis são todas as televisões privadas, cujo modelo ela tem reproduzido.

O serviço público de televisão não pode, todavia, confinar-se nunca a um vínculo estatal, que significaria sempre uma obediência governamental. Deve,

sim, falar uma voz civil, o que não quer dizer que venha a constituir-se como uma Babel de tempos de antena. Por voz civil entendo uma polifonia de vozes, as vozes de todos os públicos a que o serviço público se destina. É que a sociedade civil está nos públicos, nessa polifonia organizada de vozes livres. Sendo nossa condição moderna termos um Estado que burocratiza e controla, termos também um mercado que nos impõe a tirania do sucesso, sendo todo o sucesso ganhar audiência, e fazendo ainda parte da nossa condição moderna sermos investidos pela tecnociência que estetiza o mundo e nos anestesias, a sociedade civil, uma sociedade de homens livres, não pode deixar de intervir sobre o melhor rumo a dar ao pensamento e ao exercício de um serviço público de televisão.

A sociedade civil funda-se no amor pela liberdade, pois apenas os actos livres podem demonstrar a sua existência. Será então um acto de liberdade cívica, por exemplo, aceitar pagar uma taxa que assegure a estabilidade financeira da televisão pública. Essa é, aliás, uma condição necessária, embora não suficiente, a um serviço público de televisão. Como garantir de outro modo a sua independência política diante dos governos e a qualidade da sua programação no meio da impiedosa selva da concorrência entre anunciantes? É também um acto de liberdade cívica fiscalizar o serviço público prestado. Fiscalizar é assegurar qualidade. E não será menor acto de liberdade cívica participar na produção de conteúdos. Aos criadores, promotores e divulgadores culturais, às Universidades, designadamente àquelas que formam profissionais dos *media*, às instituições educativas, científicas, artísticas e culturais, devem ser garantidas efectivas condições de acesso às grelhas de programação, por exemplo, através de um concurso permanente de ideias de programas.

A ideia de serviço público deverá sempre saber contrapor à melancolia, a essa sereia estética que se satisfaz em euforia libidinal e retórica e em simulacro diletante e descomprometido, o critério ético do desassossego crítico, que faça acto da responsabilidade que temos pelo nosso estado e pelo estado do mundo. É um facto: vejo a televisão de serviço público como um lugar de liberdade irrestrita, como o lugar de uma democracia a vir. Acima de tudo, a televisão de serviço público encarna para mim um princípio de resistência crítica face à mediocridade audiovisual, uma força de dissidência diante de todas as tutelas, políticas, ideológicas e mercantis, e uma chancela de criatividade que assegure as possibilidades da (a)ventura humana.

Insisto neste último aspecto: cabe à televisão de serviço público, como finalidade última, a salvaguarda das possibilidades da (a)ventura humana, quer para o todo nacional, quer para a diversidade dos seus públicos, uma diversidade que é etária, territorial, étnica e sociocultural, e que é feita também de muitas margens e mesmo de ocultações. Uma televisão de serviço público deve saber colocar-se sempre no horizonte de uma comunidade partilhada, reclamando-se da humanidade do outro, seja ele a criança, o jovem ou o idoso, o cidadão

excluído ou o bem sucedido, o cidadão iletrado e o iliterato ou o erudito, o cidadão marginalizado e desqualificado ou o cidadão realizado.

Se alguma promessa pode realizar um serviço público de televisão será exactamente essa, a de se colocar de raiz no horizonte de uma comunidade partilhada. O livro que dão à estampa os investigadores do Projecto “Mediascópio”, do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, não tem outro fio condutor. A proposta de *Televisão e Cidadania* consiste, sintetizando, em “fazer da vida social o centro de gravidade a partir do qual o serviço público é pensado, se estrutura e concretiza”. Do que se trata neste livro é, com efeito, de associar os cidadãos à própria ideia de serviço público de televisão, desde a sua definição política às formas que o concretizam e à avaliação do serviço prestado.

Introdução

Serviço público – Uma perspectiva

Manuel Pinto*

O Projecto Mediascópio¹, de que o presente estudo é parcialmente resultado, visa estudar, em permanência, as transformações no campo da comunicação e dos *media* em Portugal no contexto internacional, tendo por base a informação e os discursos veiculados pelos próprios *media* informativos². É, pois, no quadro de uma cultivada atenção ao que se passa à nossa volta, enquanto investigadores e enquanto cidadãos, que decidimos estudar e disponibilizar o nosso estudo sobre o serviço público, um assunto sobre o qual alguns dos membros do grupo tinham já trabalho desenvolvido. Partimos, como sempre, neste projecto, das questões e interrogações que os acontecimentos já de si comportam, bem como das enunciações e reflexões formuladas por um conjunto de columnistas, políticos, jornalistas, responsáveis dos *media*, académicos e alguns “outsiders”, em textos publicados nos principais órgãos da Imprensa generalista portuguesa, na Primavera de 2002. Perguntar-se-á: porquê abordar este período ou só este período. É certo que assistimos noutros momentos à emergência de polémicas e tomadas de posição tendo como motivo a RTP e o serviço público. Julgamos, porém, que nunca como após a tomada de posse do

* Docente da Universidade do Minho (mpinto@ics.uminho.pt).

¹ O projecto “Mediascópio – Estudo da reconfiguração do campo da comunicação e dos *media* em Portugal” inscreve-se nas actividades do Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho e conta com o apoio financeiro da Fundação para a Ciência e Tecnologia, através do Programa Sapiens (Ref.: POCTI/COM/41888/2001).

² Os antecedentes deste projecto remontam a 1999 e um primeiro estudo, relativo ao período 1995-1999 foi objecto de uma publicação: M. Pinto *et al.* (2000). *A Comunicação e os Media em Portugal 1995-1999: Cronologia e Leituras de Tendências*. Braga: Departamento de Ciências da Comunicação da UM.

XV Governo Constitucional o debate foi tão intenso e extremado. E isto ficou a dever-se, em grande medida, ao facto de o Executivo saído das eleições de 17 de Março de 2002 ter decidido adoptar medidas drásticas, eventualmente susceptíveis de alterar radicalmente o quadro vigente de funcionamento do serviço público. Confrontado com uma situação económica na RTP por muitos considerada desastrosa e por muitos outros tida como resultado de contumaz incapacidade ou inépcia política, má gestão e incumprimento das obrigações financeiras por parte do Estado, o Governo substituiu – de forma polémica – a Administração, apontou a eventualidade de reduzir o número de canais e o do pessoal e colocou sobre a mesa o cenário da extinção da empresa, seguido da criação de uma nova entidade.

Importa recordar que, no Programa do XV Governo, se observa que “ao contrário do que seria desejável, o conceito e a prática do serviço público, em particular na televisão, têm sido fonte de polémica, de concorrência quase irracional com os operadores privados e de esbanjamento dos dinheiros públicos”. Mas aí figura também a intenção de promover a definição do que é o serviço público de rádio e de televisão “de forma consensual por constituir um pressuposto de qualquer política séria de comunicação social”.

Nesse documento programático, o Governo defende que o Estado “deve manter uma presença no sector audiovisual, concretizada num serviço público financiado de forma transparente e que contribua, pela via positiva e com agilidade, para a defesa dos interesses dos Portugueses e para um funcionamento mais saudável do mercado”. Todavia, a partir do momento em que a polémica eclodiu, foram várias as vozes que aproveitaram a “boleia” do processo político, para preconizar uma retirada total ou quase total do Estado do sector da comunicação social. O argumento apresentava-se aparentemente lógico e óbvio. Para José Pacheco Pereira, por exemplo, o programa do Governo, que considera “confuso e insusceptível de resolver qualquer problema de fundo”, recua numa posição anterior do Partido Social-Democrata de defender um serviço público “contratualizado com o sector privado”³. Outras posições exprimem a preocupação de que seja quantificado o SPT (Serviço Público de Televisão). Este é um registo em que sintoniza igualmente o programa do XV Governo e que levou o jornalista José Vítor Malheiros a observar, na sua coluna no *Público*, que se assiste, neste processo, à redução do serviço público a um “pacote de actividades” e à inerente tentativa de propor uma “televisão com serviço público”, em vez de uma “televisão de serviço público”, onde o serviço público “não seja uma alínea da programação mas a sua estratégia directriz, a sua razão de ser”⁴.

³ Cf. Por exemplo, José Pacheco Pereira (2002). “Nem ‘Serviço’, nem ‘Público’”. *Público*, 9 de Maio de 2002. Esta posição seria reforçada dois dias depois, no mesmo jornal, por José Manuel Fernandes.

⁴ José Vítor Malheiros (2002). “Meia Hora de Serviço Público?”. *Público*, 14 de Maio de 2002.

Como se vê, parece existir um déficit de dilucidação e de esclarecimento sobre o próprio conceito de serviço público. Do nosso ponto de vista, porém, o problema que aqui está em apreciação não é de ordem terminológica ou semântica, mas de natureza eminentemente ideológico-política. Subjacentes ao debate sobre o serviço público de televisão estão concepções, mundividências e projectos distintos de sociedade. E alguns dos equívocos deste debate poderão residir precisamente na redução do problema a uma questão de definição conceptual, como se o sentido e alcance dos conceitos se recortassem de forma descontextualizada e à revelia dos modelos de organização e gestão da vida social.

Cabe observar que mesmo a perspectiva minimalista, como é a daqueles que sustentam que o Estado se deve retirar da posse, controlo e intervenção directa no meio televisivo, deixando o campo aberto à iniciativa privada, defende que há lugar para pensar e definir um “serviço público”.

A questão de fundo que emerge dos debates e posicionamentos conhecidos parece, pois, residir no confronto entre aqueles que, temendo a lógica redutora de natureza mercantil, crêem que ao Estado continua a caber um papel relevante de promoção do interesse público e, por outro lado, aqueles que, descrentes nas capacidades e na eficiência do Estado, consideram que o mercado fará o que há a fazer com mais sucesso e a preço mais baixo.

Não devemos ser ingénuos ao ponto de pressupor ou sugerir que à arena deste debate se apresentam apenas os portadores de ideias e visões desinteressadas do que deva ser o futuro do panorama audiovisual. Concedendo que haja, na arena pública, vozes preocupadas essencialmente com o bem comum, não se pode esquecer que coexistem igualmente variados, fortíssimos e contraditórios interesses, empenhados em fazer valer as respectivas posições. O que é, em si mesmo, perfeitamente legítimo, desde que assumido e explicitado.

Sem negar o interesse e relevância que possuem as orientações que se evidenciaram no debate havido, consideramos que são manifestamente insatisfatórios quer os seus termos de referência quer o leque de actores que neste processo têm tomado – e costumam tomar – parte. E é também por isso que nos propomos intervir, partilhando as nossas ideias, interrogações e propostas.

Temos a consciência clara de estar a pisar um terreno complexo, em que são muitas as paixões exacerbadas e em que se torna por vezes difícil distinguir o essencial do acessório e construir um mínimo de distanciamento necessário. Ao fazê-lo, não nos move a pretensão de marcar a agenda política imediata, mas de inscrever nos debates que certamente não se encerram com a eventual tomada de decisões sobre o futuro do serviço público, questões de fundo, que tangerão não apenas ao serviço público de televisão, mas igualmente ao modo de o definir e implementar. Também por isso não nos furtamos a apontar linhas de intervenção e mesmo soluções que nos parecem desejáveis e possíveis; ainda que o registo em que nos colocamos seja preferencialmente a definição dos parâmetros e das metodologias de acção.

Salvo algumas honrosas exceções, as universidades, os centros de investigação e os académicos em geral têm estado bastante alheados do estudo das políticas de comunicação e da pesquisa relacionada com os *media* e em particular a televisão. É certo que a investigação e o ensino são realidades relativamente recentes em Portugal, mas até por isso se torna necessário recuperar do nosso atraso e contribuir para que as opções políticas e culturais se apoiem em conhecimento rigoroso do terreno. A nossa quota-parte nesse processo queremos-la assumir por inteiro.

Neste estudo, propomo-nos apresentar, apoiados em trabalhos inspiradores de outros estudiosos, contributos para um projecto de serviço público de televisão caracterizado pela efectiva participação do público em todas as etapas da sua definição e implementação. Fazemo-lo no pressuposto de que não é suficiente a titularidade pública de um operador, a independência da sua acção e a definição de um certo tipo de conteúdos para que o canal ou canais assim operados se distingam de forma significativa dos operadores privados. Estamos convencidos de que se impõe que a entidade pública de televisão defina e concretize um outro modo de estar presente na sociedade, explorando modalidades de comunicação que abram as portas às instituições, grupos e organizações da sociedade civil, às suas iniciativas, preocupações e situações. Isto é, que torne a televisão pública uma verdadeira televisão dos cidadãos.

A televisão: uma questão de cidadania

A afirmação de que a televisão – e por maioria de razão a televisão pública – é uma questão de cidadania tem pressupostos teóricos e consequências práticas que os autores deste trabalho gostariam de explicitar.

Os pressupostos referem-se, como não podia deixar de ser, à concepção de sociedade e ao lugar que os meios de comunicação social nela ocupam.

Os estudos sociológicos sobre a televisão são em grande medida marcados por um mediocentrismo do qual não partilhamos. Por mediocentrismo entendemos as orientações, correntes e abordagens, teóricas e empíricas, que colocam os meios de comunicação como perspectiva e centro organizador da análise e que tendem a ver a vida social como que gravitando em torno deles.

Para as orientações mediocêntricas, o poder da iniciativa está no centro, ou seja, nos *media*, cabendo à envolvente um papel predominantemente passivo, de destinatário. O modelo de comunicação é, assim, assimétrico, predominantemente de sentido único, irradiando do centro para a periferia.

No caso da televisão, é ao operador que compete definir e pôr em prática uma estratégia de acção que consiga impacto na sociedade. Embora se trate de uma acção balizada no plano jurídico-legal e, de forma mais difusa, no plano cultural, a experiência mostra que a lógica de acção das televisões é de tal modo pesada e complexa, que se torna difícil contrariá-la e fazê-la inflectir.

Seja pelos mecanismos do mercado e da inerente busca da maximização do volume e características das clientelas, seja pelas pressões e jogos do Estado e dos governos, permanentemente tentados pela influência e busca do assentimento às políticas do momento, a lógica televisiva dificilmente se exime a uma teia de interesses e de estratégias que tendem a fazer da TV generalista um poderoso instrumento de conquista. Entendemos que um serviço público de televisão, para que efectivamente o seja, só tem vantagens em se libertar destas amarras e conquistar o seu espaço autónomo, entrosando-se de forma progressiva e consistente com as dinâmicas e as instituições sociais.

É de reconhecer que, de um ponto de vista teórico, há riscos na operação aqui implícita de colocar em contraposição a Sociedade ao Estado e ao Mercado. De facto, só por exigências da análise essa contraposição se pode fazer. De facto, o mercado constitui um âmbito para a acção dos cidadãos e um dos eixos fundamentais de estruturação da sociedade, enquanto que o Estado é a expressão da organização política da sociedade com vista à resposta aos interesses colectivos e não primeiramente aos interesses particulares.

As últimas décadas têm permitido assistir a transformações profundas na relação entre estes pólos. O mercado, cada vez mais internacionalizado e globalizado foi-se sobrepondo ao Estado, acantonado numa lógica de acção acentuadamente nacional. Se houve períodos na História em que o Estado dominou a Sociedade, actualmente o Mercado sobrepõe-se, a ponto de ser por vezes erigido em instância central e decisiva da vida pública e privada. Como escreveu recentemente Boaventura de Sousa Santos, “ao dominar a esfera da autonomia dos cidadãos, o Mercado passou a estar na base da concepção dominante da sociedade civil”⁵. Ora, se é certo que não se pode prescindir do lugar e papel do Mercado numa análise das dinâmicas sociais, não é menos certo que ele constitui uma dimensão da sociedade e não se pode confundir com ela ou sobrepor-se-lhe.

A televisão de serviço público tem sido, em nosso entender, um instrumento eficiente e poderoso no quadro de uma “acção estratégica” no sentido em que Habermas utiliza o conceito. Mas dessa acção quem sai a perder é a sociedade civil e os cidadãos em geral. O motivo fica a dever-se ao facto de os programas políticos e a acção do operador televisivo não descolarem da lógica do jogo Estado-Mercado.

Correlativamente, podemos dizer, pela afirmativa, que a televisão de serviço público se diferencia como realidade específica, quando e na medida em que se assume como uma instituição da sociedade, agindo em estreita relação com as outras instituições, vocacionada para lhes dar vez e voz, sem estar condicionada pelas exigências do sucesso, embora também não as enjeitando. É nesta relação de horizontalidade, dando corpo a um projecto de acção comunicativa

⁵Boaventura de Sousa Santos (2001). “A Sociedade Civil Global”. *Visão*, 8 de Fevereiro de 2001.

de natureza mais interactiva, que vemos emergir o sentido da existência de um operador televisivo actuando em nome da comunidade e ao seu serviço.

Não se trata apenas, por conseguinte, de uma questão de contextualização da análise deste problema na vida social. Trata-se de fazer da vida social o centro de gravidade a partir do qual o serviço público é pensado, se estrutura e se concretiza. É a acção social, na variedade das suas formas, agentes e contextos, que dá sentido ao serviço público. É no quadro das dinâmicas sociais que os cidadãos, individual ou organizadamente, podem assumir o serviço público como coisa sua, como espaço e oportunidade para tomar a palavra e reconhecer a palavra dos concidadãos.

A exigência de ruptura – teórica e empírica – com a perspectiva mediocêntrica, que atrás referíamos, adquire agora uma maior nitidez. Não porque não seja legítimo pensar um determinado meio de comunicação (ou o sistema mediático no seu conjunto) a partir dele próprio. Mas porque, no debate sobre os destinos e as opções em jogo quanto ao serviço público de televisão, é a orientação sociocentrada que (nos parece aquela que) mais permite recortar a especificidade, alcance e sentido desse mesmo serviço público. Tal orientação engloba duas componentes: uma diz respeito à matéria substantiva do SPT; a outra refere-se à metodologia e posicionamento. Examinemos, sumariamente embora, cada uma delas.

Os conteúdos do serviço público

A televisão de serviço público afirma-se e diferencia-se pelo seu carácter de referência e de exemplaridade. Em lugar de nivelar por baixo, põe a fasquia da exigência o mais elevada possível, no que toca ao profissionalismo, às especificidades do discurso e estética televisivos, à capacidade de despertar interesse e de alargar horizontes. Não envereda por uma política minimalista que se circunscreve aos mínimos que a lei prevê.

Esta “excelência”, que deve constituir uma permanente meta a perseguir, não se pode confundir, no estilo e nas formas, com sisudez ou elitismo. A televisão incorpora na sua natureza uma componente relevante de entretenimento que importa cultivar com bom gosto e descomplexadamente, de forma equilibrada com emissões mais informativas e formativas. Nenhum género televisivo deve ser, à partida, estranho à televisão de serviço público, porquanto a “pedra-de-toque” não se situa ao nível dos géneros, mas antes no modo de os tratar e de confeccionar com eles a grelha de programação. Virtualmente, uma telenovela de qualidade ou um espectáculo pedem uma dignidade e um nível análogos aos de um documentário ou de um debate de um assunto de actualidade.

Não entendemos a televisão como uma escola e demarcamo-nos de uma frequente propensão de alguns sectores, que gostariam de ver os canais de TV

transformados em telescolas. O meio televisivo não se sobrepõe (nem é previsível que se venha a sobrepor) à instituição escolar. Todavia, isto não significa pressupor que a TV não ensina ou que não constitui, para segmentos da população com menores possibilidades de acesso aos bens da cultura, uma janela que alarga significativamente os horizontes da vida quotidiana. Não é sensato pedir aos operadores televisivos que desempenhem papéis que são próprios de outras instituições ou que se substituam à iniciativa e às atribuições que seria de esperar de outras entidades. Mas é legítimo esperar de uma televisão que se pauta pelo serviço aos cidadãos que tenha em conta, nas suas decisões estratégicas e nas opções de natureza conjuntural, as carências e as assimetrias do “país real”. E que possa, inclusivamente, pôr em marcha, em articulação com outras instituições socioculturais, projectos e iniciativas que respondam a necessidades e prioridades da vida pública, numa perspectiva de promoção cultural e de facilitação de recursos para a acção no terreno. Neste contexto, pode não ser destituído de cabimento recorrer ao serviço público de televisão para o desenvolvimento de programas voltados para a educação rodoviária, ambiental ou sexual, para a educação para os *media*, para a mestria no uso da língua portuguesa ou no campo matemático, ou ainda para a iniciação em línguas estrangeiras. O que importa é conjugar, na concepção e produção de tais programas, a competência de instituições da sociedade civil e a competência de profissionais do audiovisual e outros profissionais, procurando assegurar a conciliação da aprendizagem com a motivação e interesse.

A situação das crianças mais pequenas, com frequência carentes ao nível do acompanhamento e ocupação; assim como os mais idosos, em muitos casos sós e depauperados, deveriam merecer uma atenção muito particular do operador público, dando continuidade a projectos e experiências que se revelaram de enorme importância no passado.

Uma televisão pública não inibida nas suas possibilidades de actuação a não ser no que se refere ao sensacionalismo ou à demagogia; uma televisão atenta ao país que somos e ao mundo em que vivemos, apreciadora das pessoas e dos grupos sociais, na diversidade das situações em que se encontram, pode ser uma televisão com audiência significativa. Para tal, torna-se necessário que ponha especial cuidado na programação para a generalidade da população e, por conseguinte, à confecção do “prime time”.

Mas uma programação atenta às maiorias deve ser compaginável com uma programação a pensar nas minorias, seja mediante a diversificação de horários, seja mediante ao recurso a canais específicos.

Em resumo, diríamos que a programação e acção estratégica do canal público deveriam ser orientadas de modo a proporcionar aos cidadãos e à população em geral uma informação rigorosa, diversificada e equilibrada sobre os assuntos que fazem a actualidade (do âmbito local ao planetário; do generalista ao especializado); uma contextualização das questões de actualidade, conduzida

nomeadamente através de debates pautados pela pluralidade ideológica e temática; um alargamento dos horizontes da vida, através da representação de realidades diversas e a criação de mundos possíveis; uma descompressão adequada aos tempos de lazer e de descontração. Entendemos que as reticências relativamente à função de entretenimento e distração televisivos que por vezes se observam em sectores ilustrados decorrem de um preconceito cultural que urge combater e ultrapassar. De facto, o entretenimento constitui uma dimensão imprescindível ao equilíbrio individual e um factor relevante da qualidade de vida. Tudo depende do investimento (criativo, económico) que a ele é afectado. Aquilo que não se pode aceitar – e que há que combater – é a ideia de que televisão de qualidade conota necessariamente sisudez, esforço, estímulo intelectual, e seria incompatível com alegria, relaxamento e gozo.

Tais objectivos singelos mas nem por isso menos exigentes pressupõem uma redobrada atenção à concepção e produção dos conteúdos, aos termos de referência e cadernos de encomendas feitos aos criadores e às entidades produtoras e mesmo um acompanhamento exigente da publicidade emitida.

Os processos na construção da identidade do SPT

Um serviço público de televisão que não cuida do modo de estar presente na sociedade dificilmente será um serviço à comunidade. Se o serviço público se posiciona como se fosse o centro do mundo e como se a sociedade fosse o seu espaço de irradiação, torna-se inelutavelmente um centro difusor para uma audiência, em última análise, de costas voltadas para os cidadãos.

A participação dos cidadãos no seu serviço público constitui a questão decisiva que importa equacionar e explorar, em ordem a criar as condições para alterar em profundidade aquilo que tem sido e continua a ser tradição no quadro português. Foi para reforçar esta orientação que o presente trabalho foi pensado. Mas é necessário esclarecer que o entrosamento do serviço público com a vida social, que aqui sustentamos, não pode ser paralisante da decisão, nas esferas em que ela pode e deve ocorrer. Não defendemos um cenário, que seria estulto, de uma discussão interminável, que redundaria quase inevitavelmente numa irresponsabilização generalizada. Defendemos a procura de soluções participadas, mas exequíveis, e a todos os níveis de responsabilidade avaliáveis.

O investimento em processos participativos implica, desde logo, linhas de acção que passam, nomeadamente, pela prática das audições públicas em todos os processos e momentos importantes de decisão, nomeadamente ao nível da produção legislativa. Requer igualmente a construção de uma cultura de consensualidade entre as principais forças políticas em torno dos grandes eixos de desenvolvimento do SPT, com vista a assegurar a independência do operador

público face aos poderes do momento, a continuidade dos programas de acção e o planeamento para além do curto prazo.

Esse caminho dificilmente se fará sem cuidar de reforçar as entidades de regulação e de acompanhamento da programação, nomeadamente através da qualificação dos representantes da sociedade civil, da dotação de meios de acção e da procura de eficácia dos pronunciamentos. Neste sentido, tanto o operador como as instâncias de regulação e acompanhamento poderão contraturalizar a monitorização da programação e a acção geral do operador de SPT, a fim de habilitar análises e decisões baseadas em estudos rigorosos.

O desenvolvimento de novas metodologias de estudo das práticas de uso da televisão, e em especial do serviço público, orientadas pela preocupação de conhecer as dimensões mais qualitativas dos usos e seus contextos, dos significados e relevância no dia-a-dia dos utilizadores, bem como o entrelaçamento das práticas televisivas com as restantes práticas socioculturais parece ser igualmente um desiderato a perseguir.

Os canais de contacto e reconhecimento entre o operador e os cidadãos necessitam, a nosso ver, de ser objecto de cuidado muito especial. As pessoas, grupos ou instituições que tomam a iniciativa de emitir uma crítica ou um protesto e de apresentar uma sugestão ou um aplauso deveriam encontrar do lado dos canais serviços acolhedores competentes e sensíveis e expeditos no tratamento desse material. E sobretudo, seria importante que na própria programação se fizesse presente a acção de um Provedor do Telespectador.

Pensamos que se torna igualmente possível, no novo quadro tecnológico em que nos situamos, buscar novas formas de participação dos cidadãos ao nível da produção de materiais e/ou de programas, nomeadamente (mas não só) através de uma interacção mais estreita com criadores e instituições com potencialidades de produção de conteúdos.

Os desenvolvimentos tecnológicos mais recentes e aqueles que se desenham para o médio prazo são algumas vezes utilizados como argumento para aniquilar ou, pelo menos, pôr em causa a existência de um serviço público. Na medida em que se facilitará a multiplicação de canais disponíveis, o problema da escassez que caracteriza(va) o espectro hertziano irá alterar-se de forma acentuada. Mas não basta que se multipliquem os canais. É necessário ainda que se diversifiquem os conteúdos – o que não é seguro, nos actuais cenários – e, sobretudo – ponto fulcral neste debate –, é necessário que os cidadãos tenham a possibilidade real de a eles aceder.

Em todo o caso, a convergência de tecnologias e de funcionalidades, a integração de serviços e a interactividade que se perspectiva para o televisor (acesso à Internet; guias electrónicos de programação; “video on demand”; “pay-per-view”; “home shopping” e “home banking”, sem esquecer as possibilidades de interacção/interferência com os próprios conteúdos), se podem ser orientados para a potenciação do mercado e do consumo, podem igualmente ser utiliza-

dos para a participação dos cidadãos nos assuntos que mais directamente lhes dizem respeito, para acolher e fazer ouvir a sua voz e para apoiar projectos inovadores no âmbito da vida social e da criação cultural. Será de esperar que o operador a quem compete proporcionar o SPT seja capaz de accionar esta panóplia de possibilidades, conferindo à iniciativa neste campo uma orientação não para o negócio mas para o aprofundamento e enriquecimento do espaço público.

Dos debates havidos no seio do grupo fica-nos a percepção e mesmo a convicção – ilustrada e aprofundada nas páginas que se seguem – que, para levar à prática as linhas estratégicas aqui esboçadas, será preciso uma mudança em profundidade na instituição RTP. Sendo difícil instaurar rupturas drásticas e profundas num corpo que se foi fazendo ao longo do tempo, admitimos que sem elas possa ser difícil criar as condições de explorar um percurso novo e uma nova forma de estar. Mas também nos parece que, se não for para fazer tal percurso com os cidadãos e ao seu serviço, não compensará abrir as feridas que porventura vai ser preciso abrir. Uma coisa é certa: a razão económica – e por maioria de razão economicista – pode ser uma razão muito forte e até determinante para a mudança. Mas será sempre e necessariamente uma razão coxa, que fere sem objecto e mata sem sentido. Não é essa a radicalidade das medidas para que aqui apontamos.

O leitor não deverá procurar neste livro nem um manual sobre o *modus faciendi* do serviço público de TV, nem muito menos um programa de acção. Num país com graves carências ao nível dos estudos sobre os seus *media* e, *a fortiori*, sobre o seu serviço público, preferimos enunciar e discutir parâmetros e formular uma metodologia, sem, no entanto, nos esquivarmos às questões mais concretas.

O itinerário que propomos encontra neste primeiro capítulo um arranque que se propõe como enquadramento geral do problema, procedendo à sua contextualização e à definição dos pressupostos em que este contributo assenta.

Segue-se um capítulo da autoria de Joaquim Fidalgo, que procede ao levantamento e cruzamento de conceitos e acepções relacionados com o serviço público, não tanto com o intuito de propor uma definição de serviço público de televisão, mas, acima de tudo, de arrumar um pouco a casa, neste frondoso e minado terreno conceptual.

O capítulo seguinte elaborado por Helena Sousa e Luís Santos analisa a RTP e o serviço público no quadro da economia política dos *media*, vincando a trajectória histórica do operador público português e realçando o facto de, com excepções relevantes, ter existido mais voltado para o Estado do que para a Sociedade.

Não podia deixar de figurar aqui uma análise e uma proposta de linhas orientadoras relativamente à lógica de programação de serviço público, à constru-

ção da grelha e à filosofia de produção dos programas. Desta matéria se encarrega Felisbela Lopes, uma autora que regressa ao estudo do serviço público, depois de ter analisado o *Telejornal* desde esse ponto de vista⁶.

Uma questão incontornável para quem reflecte sobre o problema que aqui nos ocupa diz respeito ao lugar que cabe (ou não) à publicidade. Para Helena Gonçalves e Helena Pires, que abordam o assunto, não se trata apenas de analisar em que medida constitui a publicidade uma modalidade de financiamento e, existindo, qual a expressão que deve ter. Para as autoras, a publicidade é uma fonte de receitas, mas é igualmente um terreno de criatividade e uma forma de expressão cultural que o serviço público deve cuidar com especial atenção.

Considerando a orientação adoptada nesta abordagem do serviço público, não se poderia deixar de dar uma ênfase especial ao papel dos cidadãos no serviço público de televisão. É sobre essa matéria que Manuel Pinto se debruça, revendo e debatendo os conceitos de audiência, propondo uma abordagem ecológica da televisão e relacionando essa abordagem com os modernos conceitos de cidadania.

Por fim, e sob a forma de conclusões e recomendações, enunciam-se os vários aspectos que, do ponto de vista dos autores deste estudo, deveriam ser tidos em conta no desenho, materialização e acompanhamento do serviço público de televisão.

⁶ Felisbela Lopes (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva.

I. De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão?

Joaquim Fidalgo*

1. O consenso inicial

No princípio, o Serviço Público de Televisão (SPT) – ou, mais latamente, o “Public Service Broadcasting”, por incluir também a rádio – era relativamente fácil de definir e aceitava-se de modo bastante consensual. O seu aparecimento, com os contornos que nos fomos habituando a identificar, costuma associar-se à criação da BBC, no Reino Unido, em 1926, cujo carácter pioneiro acabou por servir, em boa medida, de “padrão” e modelo orientador para os diversos países do espaço europeu.

Durante décadas, a situação manteve-se estável, desde logo porque funcionava em regime de *monopólio* – e *monopólio do Estado*. Ou seja, era assumido tacitamente que a um “serviço público” de televisão correspondia um “servidor público”, um operador de propriedade, financiamento e controlo *estatais*, e a quem era reconhecido facilmente o “estatuto formal de instituição do domínio público” (Sondergard, 1999: 22). Sucedia isto, convém recordar, num contexto particular, tanto em termos políticos como tecnológicos, quando parecia óbvio que se cometesse ao Estado a gestão completa de um bem público valioso e escasso – o espaço radioelétrico –, e também que se esperassem dele os avultados financiamentos necessários à promoção e aproveitamento massivo desse novo meio de comunicação que era a televisão. Seria, assim, mais uma “televisão pública” (por contraposição a “privada”) do que um “serviço público” com a significação vasta e multifacetada que hoje se lhe atribui – não obstante,

* Docente da Universidade do Minho (jfidalgo@ics.uminho.pt).

no caso britânico, se falasse claramente de instituir “a national service in the public interest” (cit. por Scannell, 1996: 25). De resto, a própria noção de “público” tem evoluído a o longo dos tempos, dando azo a mal-entendidos ou a interpretações nem sempre coincidentes. Como diz Adriano Duarte Rodrigues¹, “a persistência, nos países latinos, da confusão entre serviço público e empresa estatal é particularmente reveladora [da] incipiente emancipação dos cidadãos perante o exercício do poder”.

De entre os princípios básicos que regiam esse SPT original, sobressaíam alguns que, pelo menos no plano teórico, sempre foram acompanhando o conceito: a *universalidade* (fazer chegar televisão a todos os cidadãos do país, e em igualdade de condições de acesso), a *diversidade* (uma programação variada, regida genericamente pela conhecida trilogia: informar, formar e entreter), o *financiamento público* (fosse através de uma taxa associada à posse de um aparelho de televisão, fosse mediante recurso ao orçamento de Estado) e a *independência* (tanto face aos diferentes governos como face a interesses particulares) – embora este último, sobretudo nos tempos de posse estatal em regime de monopólio, tenha sempre sido dos mais polémicos e mais desigualmente observados.

É relativamente pacífico considerar que, nos seus primórdios, o SPT acabou por desempenhar um papel importante no contexto de afirmação dos estados-nação, funcionando como elemento unificador em termos políticos, linguísticos e culturais, favorecendo a identidade nacional (Tadayoni, Henten e Skouby, 2000). Dele se esperava também alguma função educativa, que teve os seus aspectos positivos para a época, mas associou igualmente à televisão pública europeia uma “forte tradição paternalista” (*ibidem*) que ainda hoje não terá desaparecido de todo.

2. Novos cenários, novos sentidos

Uma conjugação de factores políticos, sociais, culturais, económicos e tecnológicos fez com que tanto a *concepção* como a própria *prática* do SPT tenham evoluído substancialmente na Europa, sobretudo na segunda metade do século XX, e muito em particular na década de 80. Em rápida síntese, destaquem-se os seguintes aspectos:

- desaparecem os monopólios estatais do negócio de televisão, que é alargado a operadores do sector privado, movidos por uma lógica predominantemente comercial (mesmo quando, como sucedeu em vários casos, a autorização desta actividade por parte do Estado, em regime de concessão, tenha sido acompanhada de um mais ou menos exigente “caderno de encargos”);

¹ Ver Adriano Duarte Rodrigues (2002), “Modelos de serviço público”, *Expresso*, ed. de 15/6/02.

- desenvolvem-se novas possibilidades tecnológicas de difusão do sinal televisivo (satélite, cabo, Internet, banda larga...), que deixa de estar exclusivamente dependente da repartição de um espaço radioelétrico público e escasso, e que torna também mais barato o acesso à actividade de televisão;
- a progressiva liberalização do sector das telecomunicações acarreta consigo alguma desregulação das actividades que lhe são contíguas;
- a maior liberalização da economia, em termos globais, conduz à crescente privatização de bens e serviços até então reservados ao sector estatal, mesmo em domínios tradicionalmente considerados básicos – e onde a oferta exclusivamente pública se sucede, cada vez mais, a coexistência de oferta pública e privada;
- a adesão a modelos mais ou menos intensos de Estado-Providência vai enfraquecendo face a concepções sobretudo favoráveis à economia de mercado, colocando progressivamente o acento tónico menos nos serviços que o Estado deve fornecer directamente aos cidadãos e mais na multiplicidade de serviços que o Estado deve permitir/assegurar que sejam fornecidos livremente aos cidadãos;
- é cada vez mais questionada a ideia de que a televisão se movimenta numa esfera de actividade análoga à educação ou à saúde – ou seja, predominantemente social e cultural, mais do que económica e política (Raboy, 1996).

Tudo isto acaba por ter uma incidência bastante directa no SPT, não só no que respeita ao modo como ele vai actuando, mas também – e sobretudo – ao modo como vai sendo encarado pela sociedade. A um período de “confiança e orgulho” (Blumer, 1992:11) nos modelos de televisão da Europa Ocidental sucede um tempo de controvérsia e de cepticismo, resultante de todas as mudanças referidas e, complementarmente, de “uma perda de consenso com respeito aos objectivos para que deve apontar a televisão e a como deve organizar-se para os alcançar” (*idem*: 12).

Face à nova paisagem político-económica e mediática, o SPT revela, nas mais diversas latitudes, dificuldades e hesitações quanto ao modo de coexistir com uma multiplicidade de canais e com novas lógicas de relação e captação do público. Por um lado, cresce a sensação de que as mudanças tecnológicas tornaram um serviço público de televisão cada vez mais desnecessário; por outro lado, alastra a opinião de que esse serviço público, tal como ainda funciona, está a falhar, baixando audiências, ouvindo cada vez mais críticas e nivelando a sua programação pelos canais comerciais (Collins, 2002). E, de facto, os números são reveladores da diminuição de influência de um tipo de televisão que fizera história durante décadas. De acordo com dados divulgados por Carole Tongue, o “share” de audiência das televisões públicas atingia em 1984, no conjunto dos países da União Europeia, uma média de 82 por cento; em 1990, a cifra global tinha baixado para 57 por cento; e em 1994 ia em 46 por cento (Tongue, 1996).

A crise que vai afectando o SPT é definida por alguns autores (v. Yves Achille, citado por Raboy, 1996) como uma crise tripla: de *financiamento*, de *funcionamento* e de *identidade*. No fundo, trata-se de ver até que ponto ele deve e/ou pode encontrar, nestas novas condições, um *lugar* próprio e um *papel* específico, que seja vantajoso para o conjunto da sociedade e para todas as partes que a compõem. Porque um dado parece também ter-se imposto à evidência: ao contrário do que sucedeu, por exemplo, no sector da imprensa – onde, convém não esquecer, o “custo de entrada” continua a ser muitíssimo mais baixo –, a progressiva liberalização da actividade televisiva não conduziu (pelo menos, até agora) à diversidade de ofertas e propostas que os mais optimistas defensores de um mercado livre prediziam (Collins, 2002). Pelo contrário, a tendência global orientou-se mais no sentido da *uniformização* e do *mimetismo* concorrencial, deixando cada vez mais desguarnecidas (porque as próprias televisões públicas foram em muitos lugares arrastadas pela mesma onda) áreas de programação menos susceptíveis de captar audiências imediatas e os correlativos investimentos publicitários. Simultaneamente, esta uniformização contribuiu para o enfraquecimento das televisões públicas: como sugere Felisbela Lopes, citando Hugues Le Paige, “ao afrontar as estações privadas no seu próprio terreno, os canais públicos não só renunciam ao seu maior trunfo – o de serem a diferença – como se colocam numa situação de inferioridade, particularmente quando pretendem rivalizar ao nível do espectáculo puro” (Lopes, 1999: 57).

3. Tempos de crise

No momento actual, e face ao imparável desenvolvimento das televisões comerciais, as situações nos diversos países que nos são mais próximos parecem oscilar entre três cenários possíveis (Achille e Miège, 1994): a) criação e desenvolvimento de um novo modelo de serviço público, alternativo e claramente diferenciado do modelo comercial; b) gestão de um sistema misto que consagre algum tipo de equilíbrio entre as duas formas de fazer televisão, dando à pública um carácter minimalista e basicamente supletivo; c) aceitação de um caminho de progressiva desintegração das televisões de serviço público no modelo comercial e de lógica exclusiva de mercado. Não é ainda claro qual deles vai ganhando preponderância, sendo certo, no entanto, que “as limitações com que tropeçaram as estratégias de adaptação dos canais públicos e a diversificação das modalidades televisivas de emissão e recepção não fazem senão tornar mais complexa a busca de uma renovação da televisão pública” (*ibidem*).

“Elástico” como se foi revelando ao longo dos últimos setenta anos, o conceito de “serviço público de televisão” é hoje entendido de formas diversas, nem sempre se sabendo exactamente de que é que se fala quando se fala dele. O conceito era claro nos inícios (mesmo que o seu conteúdo se formulasse de modo

muito genérico), pois nada o desafiava na paisagem circundante. Então, “serviço público” significava, no essencial, uma “utilidade pública” (Syversten, 1999), garantindo a difusão universal, à escala do país, de um novo meio de informação e entretenimento, acessível a todos e razoavelmente eficiente. A tónica colocava-se *no país e no Estado*, como vimos atrás. Não havia grande referência a conteúdos concretos ou a valores a prosseguir, algo que se vai descobrindo progressivamente quando “serviço público de televisão” se associa cada vez mais a “serviço da esfera pública”, ou seja, à “garantia de que todos os membros da sociedade têm acesso à informação e conhecimento de que precisam para cumprir os seus deveres cívicos” (*ibidem*). Este novo significado já pressupõe algum afastamento do Estado, e também do mercado, enfatizando a qualidade dos membros do público como *cidadãos*. O terceiro momento, que vimos desenvolver-se nos últimos anos, tende a colocar a tónica do SPT no serviço ao, e na satisfação do, *espectador/consumidor*, com o público a ser basicamente entendido como *audiência* – e audiência quantitativa, mensurável a cada momento, para permitir uma permanente adequação ao seu gosto.

É nesta última acepção que ganha novos contornos a própria lógica de ‘adjudicação’ do serviço público de televisão: se o princípio definidor é o da satisfação dos espectadores/consumidores, então esse serviço pode ser prestado por quem a garanta mais e melhor num plano imediato, seja entidade pública ou privada. Desaparece, assim, a ideia originária de que quem estava em condições de fornecer um “serviço público” era uma “televisão pública” e, pelo contrário, começa a defender-se em diversos quadrantes a ideia de que tal serviço pode ser subcontratado, no todo ou em partes (períodos horários, programas pontuais, emissões específicas), a televisões de propriedade privada e orientação genericamente comercial. Em abono desta tese surge a constatação, verificável em diversas latitudes, de que as televisões públicas (ou seja, detidas pelo Estado e supostas depositárias de uma obrigação de “serviço público”) cada vez mais oferecem grelhas e programas semelhantes às das televisões comerciais, seja pela ânsia de tentarem recuperar níveis de audiência em clara descida, seja pelo desnorde em que as novas condições políticas, sociais e tecnológicas as mergulharam.

Chega-se, então, a uma situação em que “alguns aspectos que anteriormente eram entendidos como sendo partes integrantes do conceito [de serviço público de televisão], como a posse pública e o financiamento por taxa, já não se aplicam necessariamente. Em vez disso, o serviço público de televisão é agora definido quase exclusivamente em termos de ‘compromisso com uma política de programas’, que dizem respeito à composição (diversidade) e ao carácter (qualidade) da grelha de programação” (Sondergaard, 1999). E nesta perspectiva “razoavelmente vaga e imprecisa”, o serviço tanto pode ser prestado por instituições públicas, independentes do mercado, como por empresas puramente comerciais (*ibidem*).

4. O debate em Portugal

É neste pano de fundo que deve inscrever-se o intenso e polémico debate que eclodiu em Portugal, na sequência das intenções manifestadas pelo Governo PSD/CDS-PP, saído das eleições legislativas de 17 de Março de 2002, de alterar substancialmente o quadro em que até agora tem funcionado a televisão pública em Portugal – seja com uma profunda (embora não totalmente explicitada) reestruturação da RTP, seja com a própria redefinição do modelo global de prestação de um Serviço Público de Televisão no nosso país.

Exemplo desse largo debate foram as páginas e páginas que a imprensa periódica lhe dedicou, sobretudo no segundo trimestre de 2002. Opiniões de columnistas, de políticos, de jornalistas, de artistas, de professores, de gestores, “cartas ao director” de cidadãos interessados, múltiplos editoriais, entrevistas polémicas, etc., serviram para, no meio de algumas querelas nem sempre estimulantes, chamar a atenção para questões de fundo no funcionamento da sociedade actual. E nelas se inscreve, consabidamente, o papel dos meios de comunicação no todo social (com especial relevo para esse fortíssimo e omnipresente meio que é a televisão), de par com o papel que o Estado deve ou não ter, e como, na articulação com esse domínio.

Escreveu-se e debateu-se muito sobre se deve ou não haver Serviço Público de Televisão (SPT) em Portugal, ou mais genericamente se ainda faz sentido, hoje, falar em “serviço público” nesse domínio; procurou-se definir o que seja ou não seja “isso” de SPT, olhando para dentro de portas mas também para o que se passa além-fronteiras; discutiu-se a multiplicidade de cenários concretos de um eventual serviço público a cargo de um operador propriedade do Estado (quantos canais, que canais, que conteúdos, que programação, que estrutura, que gestão); questionou-se a simples necessidade de que a um serviço público de televisão corresponda um operador público de televisão; polemizou-se sobre o que é ou não é qualidade na informação e no entretenimento, e com que critérios isso pode avaliar-se; procurou-se uma série de fórmulas para resolver o problema do financiamento desta actividade; enfim, aflorou-se, mesmo que ao de leve, o debate mais fundo, e mais complexo, sobre o lugar do *cidadão* nas opções a fazer, sempre tão marcadas pela dicotomia redutora de ‘mais ou menos *Estado*’ – onde os cidadãos tendem a ser olhados como *eleitores* – e ‘mais ou menos *mercado*’ – onde os cidadãos tendem a ser olhados como *consumidores*.

De modo algo subtil, também se vislumbrou uma controvérsia mais estrutural sobre as funções e responsabilidades do Estado no contexto político, social, económico e cultural deste princípio do século XXI, como sugeriu o sociólogo José Madureira Pinto²: “Talvez não seja por acaso que a discussão em torno do serviço público de televisão se revelou, inesperadamente, tão empolgante.

² Ver José Madureira Pinto (2002), “O Estado: heranças esquecidas, desafios emergentes”, in *Público*, ed. de 9/7/02.

Nesta discussão – muitos cidadãos o terão pressentido já –, não é só, nem principalmente, a qualidade da programação televisiva que está em causa. Em última análise – percebe-se cada vez mais –, é também o futuro do Estado-Providência, isto é, a possibilidade de os valores centrados no bem comum se sobreponem aos valores centrados no interesse dos mais fortes, que está verdadeiramente em jogo”.

Os debates e reflexões suscitados nesta matéria mostraram também que nem toda a gente falava do mesmo quando utilizava as mesmas expressões, o que aconselhará algum esforço de organização e clarificação de conceitos, sob pena de se cair com facilidade num ‘diálogo de surdos’. Por exemplo, dizer-se “a favor” ou “contra” o SPT mostrou ser uma expressão redutora e manifestamente insuficiente, pois os grandes elementos de clivagem surgiam a jusante, quando se procurava perceber o que é que, em concreto, tais vozes significavam com a expressão “serviço público de televisão”³. Nomeadamente,

- a) se um serviço público de televisão implica, ou não, a existência de um *operador público* de televisão;
- b) se um serviço público de televisão é algo que possa e/ou deva ser *subcontratado a operadores privados* de televisão;
- c) se um serviço público de televisão tem a ver apenas com *conteúdos* de programação ou também com questões de *propriedade*, de *gestão*, de *controlo*;
- d) se um serviço público de televisão é, relativamente às ofertas privadas, uma *alternativa* global estruturada ou um *complemento* com carácter supletivo e mais ou menos pontual;
- e) se as responsabilidades públicas face à televisão se esgotam na organização de uma oferta pública de determinados conteúdos, ou se *se alargam à paisagem televisiva geral* em termos de infra-estruturação, regulação e fiscalização.

À confusão, ou insuficiente explicitação, dos conceitos acresceu a circunstância de muitas das discussões se terem centrado quase exclusivamente no que foi e é a actual operadora pública de televisão – a RTP. Ora, se unanimidade houve entre as diversas correntes de pensamento que entraram no debate deste assunto, foi na convicção de que a RTP nem no presente nem no passado (recente, pelo menos) se afirmou como exemplo aceitável de um “serviço público de televisão” global e coerente – sem prejuízo de ter, em diversas circunstâncias, desempenhado um papel de evidente interesse público e de preocupação com tal desígnio (que, aliás, lhe está contratualmente cometido). A RTP foi sempre mais uma “televisão estatal” do que uma “televisão pública”. Signifi-

³ Sendo certo que, como disse João Lopes num marcante texto de opinião (“Televisivamente incorrecto”, *Diário de Notícias*, ed. de 18/5/02), “não existe nenhum conceito universal que permita usar essa mesma expressão (‘serviço público’) como um instrumento de conhecimento em que todos nos reconheçamos sem dificuldade nem contradição”.

ca isto que discutir o SPT à luz do que tem sido a RTP facilmente nos leva a caminhos sem saída: ninguém a defende como tal, nem os mais empenhados advogados de uma presença activa do Estado na oferta televisiva nacional. Questão diversa, para estes defensores, é se ela é ainda reestruturável ou se implica um recomeço do zero, em moldes totalmente novos e libertos do fortíssimo “passivo” (não só económico-financeiro) acumulado.

Em termos metodológicos, parece fazer sentido a proposta em tempo avançada pelo político José Pacheco Pereira⁴: “Definir em termos claros o que é o ‘serviço público’ que o Estado tem obrigação de prestar no domínio da comunicação social e, só depois, escolher os meios através dos quais ele é prestado”, admitindo-se (pelo menos, admite-o o autor) que esses meios e instrumentos “podem variar conforme a situação do panorama audiovisual privado e as necessidades ‘públicas’”.

5. As responsabilidades do Estado

Por muito dissonantes que sejam as vozes, vislumbrou-se um consenso mínimo sobre a necessidade de o Estado ter *alguma* acção no panorama televisivo do país, sob pena de alijar as suas mais básicas responsabilidades na gestão da coisa pública. E isto por diferentes razões:

- Por um lado, nos casos em que a televisão é distribuída por via hertziana, em sinal aberto, ela ocupa um bem público (que não deve ser alienado ao sector privado, mas concessionado com regras de utilização) e escasso (o que reclama organização e regulamentação adequadas).
- Por outro lado, as necessidades dos cidadãos no que toca à televisão devem colocar-se essencialmente no mesmo plano dos serviços públicos de educação, de saúde, de segurança social, etc. Esse serviço, tal como os demais, decorre das obrigações elementares de um Estado democrático para com a sociedade, uma vez que, em tempos como os de hoje, as necessidades fundamentais dos cidadãos não se restringem aos bens materiais: a qualidade de vida mínima – e a capacidade de participação activa e crítica na esfera pública – passa também por informação livre e plural, por formação, por cultura no sentido mais lato, por lazer e entretenimento de qualidade. O facto de poderem coexistir, como coexistem em muitos destes domínios, ofertas alternativas ou complementares oriundas do sector privado – e assentes, naturalmente, numa lógica de mercado, com um objectivo também (ou sobretudo) de lucro económico – não desobriga o Estado das suas responsabilidades, designadamente em *regular* o funcionamento global desses serviços,

⁴ Ver José Pacheco Pereira (2002), “Nem ‘serviço’ nem ‘público’”, *Público*, ed. de 9/5/02.

dado que eles têm um evidente impacto social, e em *garantir* que *todos* os cidadãos, independentemente da sua condição geográfica, social, económica, cultural, têm acesso e possibilidades de satisfazer essas necessidades elementares num patamar mínimo de qualidade e a um custo acessível.

• Por outro lado ainda, a importância e a disseminação massiva do meio específico que é a televisão⁵, a sua omnipresença, o seu impacto social, a facilidade e o (reduzido ou nulo) custo da sua recepção, a acessibilidade da sua linguagem som/imagem, conferem-lhe uma *responsabilidade muito particular* na informação/formação dos cidadãos, na dinamização do espaço público, na afirmação de uma cultura e uma identidade específicas, na defesa da pluralidade de ideias e expressões, na construção de uma cidadania mais activa e crítica. Daí que o Estado dificilmente possa ou deva alhear-se dela.

Encarando a *responsabilidade pública* relativamente à televisão (orientada pelo propósito de garantir um bom serviço global aos cidadãos) numa perspectiva mais abrangente do que simplesmente discutir se deve ou não haver um operador público, podem resumir-se a quatro as vertentes em que o Estado é, em medidas diversas, solicitado a ter uma intervenção neste domínio:

1. O Estado como *construtor* de infra-estruturas e *facilitador* de acesso a televisão nas suas múltiplas formas;
2. O Estado como *financiador* de serviços e programas de televisão;
3. O Estado como *legislador, regulador e fiscalizador* (ou promotor da regulação e fiscalização) de alguns aspectos da actividade televisiva;
4. O Estado como *proprietário* directo de uma empresa de televisão.

Parece haver algum acordo sobre a presença do Estado nos três primeiros pontos (independentemente das fórmulas específicas que essa presença assuma), sendo o quarto ponto o mais evidente ponto de discórdia.

Sobre o ponto 1:

Numa óptica meramente quantitativa, parece claro que o Estado tem tanto maiores responsabilidades no fornecimento de determinados serviços básicos à população quanto menos eles existam no mercado. Assim foi com a televisão no início, assim foi (e continua a ser em parte) com os transportes, com a saúde, com a educação, no propósito de criar infra-estruturas adequadas e assegurar que a generalidade dos cidadãos teria acesso a eles independentemente do

⁵ Essa poderosa “máquina de produção de subjectividade”, como se lhe refere Eduardo Prado Coelho (ver “O atraso”, *Público*, ed. de 21/5/02), especificando: “Alguns supõem que o que importa é a escola e que o resto é puro divertimento. Não conseguiram ainda perceber esta coisa elementar: a escola foi completamente ultrapassada por mecanismos como a televisão, os computadores ou os telemóveis naquilo que é hoje uma dimensão essencial das nossas sociedades: as formas de produção de subjectividade, isto é, dos modos de pensar, de sentir, de valorar, de escolher, de agir”.

seu poder económico, da sua situação geográfica ou do seu nível sociocultural. No que toca à televisão, hoje em dia, há importantes alterações tecnológicas – sobretudo no que respeita à distribuição e à acessibilidade – que vão decerto recolocar os termos da questão. Neste contexto, não falta quem sugira que o Estado devia tratar mais de garantir o acesso generalizado a toda a oferta televisiva, nas suas múltiplas formas (existentes ou em perspectiva), com isso alargando a capacidade de escolha livre dos cidadãos, do que propriamente a oferecer, ele, produtos televisivos⁶.

Sobre o ponto 2:

Mesmo no pressuposto de que grande parte da actividade de televisão é hoje (e será cada vez mais) detida e gerida por empresas privadas, nem por isso se entende que o Estado deva abdicar de toda e qualquer intervenção nesse domínio – como, de resto, sucede em múltiplos outros sectores da vida económica, em que se considera que o funcionamento do mercado, só por si, não garante a integral prossecução do bem comum e pode gerar até situações anómalas (monopólio, concorrência desleal, abuso de posição dominante, cartelização, desrespeito por direitos dos consumidores, etc.)⁷. Essa intervenção ocorreria a dois níveis: no plano *legislativo*, tratar-se-ia de ir continuando a organizar a utilização do espaço radioeléctrico público, bem como do universo das telecomunicações, e de ir alargando as possibilidades de entrada na actividade (e no negócio) da televisão, que actualmente, também por razões técnicas e financeiras, só pode interessar a empresas ou grupos de grande envergadura económica; no plano da *regulação e fiscalização*, tratar-se-ia de definir sempre com bastante clareza as obrigações básicas de qualquer operador de televisão (com particular relevo para os que operam em regime de concessão de um espaço radioeléctrico público), intervindo sem pejo quando tais obrigações não estivessem a ser cumpridas ou fossem ofendidos direitos fundamentais dos cidadãos. A operacionalização desta intervenção pode fazer-se, como é sabido, em diversos planos, indo das instâncias oficiais a quem cabe velar pela legalidade até órgãos criados (ou a criar) para o efeito, especificamente voltados para o sector audiovisual, e desejavelmente mais dependentes do Parlamento do que deste ou daquele Governo.

⁶ Recorde-se, por exemplo, a afirmação de José Manuel Fernandes (ver “O futuro depois da RTP”, *Público*, ed. de 30/5/02): “O Estado sempre foi e será melhor a construir infra-estruturas que democratizem o acesso de todos a tudo do que a ‘programar cultura’. Deixemo-lo pois fazer aquilo para que tem realmente vocação e meios”. Ou a de José Pacheco Pereira (ver “A fronda”, *Público*, ed. de 16/5/02): “Porque é que o Governo não olha para os pequenos 91,905 km² de Portugal e não dá o salto para o futuro, patrocinando um plano nacional de cablagem em fibra óptica, ao mesmo tempo que liberaliza no cabo a concessão de licenças para canais portugueses, produzidos por autarquias, ou por pequenas e grandes empresas do audiovisual, para que haja canais de debate, canais de fado, canais para amadores de bilhar ou xadrez, canais universitários, etc., etc.?”.

⁷ No já referido texto de José Madureira Pinto (ver nota 2), o sociólogo desenvolve a ideia de que “numa economia aberta e competitiva, muitos dos parâmetros em que assentavam as formas de actuação do Estado sofreram uma modificação estrutural”; não obstante, como refere noutro passo, “nem por isso é anulada a ideia de que o Estado deve continuar a estar presente na economia”, e não só como “regulador” – também como “estratega”.

Sobre o ponto 3:

As modalidades e o grau de esforço financeiro do Estado (ou seja, de uso de dinheiro dos contribuintes) para a actividade de televisão são um dos aspectos que mais controvérsia têm gerado, sobretudo conhecidos como são os avultadíssimos prejuízos acumulados desde sempre pela RTP. Também aqui parece ter-se estabelecido algum consenso sobre a importância de o Estado financiar de um ou outro modo a existência de um “espaço público” de televisão, havendo quem sustente que isso deve ser feito no contexto de um operador público de TV (embora com cifras bastante inferiores às actuais) e quem defenda que isso deve ser feito, no todo ou em parte, mediante contratações pontuais com operadores privados. Mais indirectamente, mas com repercussões também no sector televisivo, entende-se como decisivo o financiamento do Estado no domínio da criação e produção audiovisual, até por razões de afirmação de uma identidade cultural própria num cenário em que as grandes cadeias multinacionais tendem a monopolizar o mercado mundial, e sobretudo o mercado dos países mais pequenos e mais frágeis.

Sobre o ponto 4:

É neste ponto que as maiores divergências afloram, não só no que respeita à necessidade ou não da existência de um “servidor público” para garantir a concretização de um “serviço público” de televisão, mas também (admitindo essa necessidade, ao menos para os tempos mais próximos) no que respeita ao modelo concreto que tal “servidor” adoptaria: um modelo minimalista, supletivo e tendencialmente condenado a prazo, com o progressivo alargamento das ofertas privadas, ou um modelo global, alternativo, com uma lógica própria, e destinado a existir sempre, por assumir e interpretar uma vocação que nenhum operador privado alguma vez poderá ou quererá ter. É nesta sequência que surgem as discussões sobre se um operador público (RTP ou outro a criar) devia ter um, ou dois, ou mais canais, e sobre que perfis deverão ter esses um, ou dois, ou mais canais. E surgem igualmente as discussões sobre as modalidades de financiamento desse eventual operador público, com as opiniões oscilando entre: a) financiamento exclusivo por via do Orçamento de Estado em função de um contrato-programa de prestação de SPT; b) financiamento por via de restauração da “taxa” de televisão ou de uma outra modalidade de “imposto”; c) financiamento misto, com parte estatal e parte proveniente de receitas publicitárias.

Aqui se concentram, afinal, as polémicas conceptuais quanto à definição e ao grau de extensão de um serviço público de televisão, uma vez que parece bastante consensual a aceitação de uma intervenção do Estado nos três domínios referidos anteriormente⁸.

⁸ De resto, convém notar que mesmo alguns dos mais destacados defensores de uma lógica de funcionamento livre do mercado, e de progressiva (e tendencialmente exclusiva) oferta privada no domínio da televisão, reconhecem alguns dos limites a esta lógica. Note-se o caso de José Manuel Fernandes (ver “O futuro depois da

Tentando colocar os termos do problema num plano mais justo e mais racional, talvez seja avisado ultrapassar desde logo a concepção maniqueísta que rotula uma televisão pública (gerida pelo Estado) de “boa” e uma televisão privada (gerida pelo mercado) de “má”. Como escreveu Richard Collins, “o serviço público e o mercado são frequentemente colocados em oposição. Mas isso é uma falsa escolha. A verdadeira questão é encontrar uma relação apropriada entre o serviço público e o mercado – seja dentro das organizações de radiodifusão, seja em termos de uma mais vasta ecologia dos *media* na sociedade” (Collins, 2002: 21). Sem esquecer, como refere o mesmo autor, que os mercados de televisão e de informação nunca serão mercados como o dos sapatos ou o do aço, pois o que eles fornecem tem “um incontornável impacto na solidariedade social e na capacidade dos cidadãos de tomar decisões informadas acerca das suas vidas políticas, económicas e sociais” (*ibidem*: 10). Não se trata, aqui, de definir este ou aquele serviço como “melhor” ou “pior”, mas de perceber se faz sentido, se é possível, se é viável, se é desejável, que o Estado assegure um serviço de televisão *diferente* – e que o assegure o Estado porque mais ninguém, eventualmente, estará em condições de o assegurar. O maior descrédito e a maior desvalorização do SPT entre nós decorreram, precisamente, do facto de a televisão pública se ter tornado, além de muito cara, cada vez mais “igual” (nas lógicas, na gestão, nas grelhas, nos programas, nos critérios, nas preocupações) às televisões privadas. E, sendo assim, é natural que nos questionemos sobre a necessidade de ter apenas “mais do mesmo” à custa do dinheiro dos contribuintes.

A coexistência de lógicas diferentes e objectivos diferentes na exploração da actividade de televisão não só não merece reparo como deve ser estimulada. As concepções estatistas que diabolizam toda e qualquer actividade privada, só por ser privada, e lançam um olhar reprovador sobre toda a empresa que vise o lucro, parecem bastante desadequadas face ao funcionamento das sociedades livres e democráticas num tempo que é o nosso¹⁰. Mas, pelo facto de haver empresas (sobretudo na produção de serviços básicos para os cidadãos, como são as televisões na sua componente tripla de informação, formação e entretenimento) cujo objectivo essencial é o lucro, também não significa que sejam as únicas aceitáveis ou as únicas possíveis: pode haver outras, neces-

RTP”, *Público*, ed. de 30/5/02): “Sejam quais forem as etapas intermédias, o ideal era o Estado retirar-se da posse directa de qualquer canal de televisão, tal como se retirou dos jornais e devia retirar das rádios (...)”. Mas, logo a seguir: “O mercado não é suficiente para assegurar que o mais poderoso dos meios de comunicação de massas, a televisão, não degenera em telelixo permanente, pelo que existe um papel regulador e supletivo que o Estado terá sempre de desempenhar – e que custará dinheiro –, pelo menos nos tempos mais próximos”.

⁹ Recordem-se, a este propósito, as palavras de João Lopes (*ibidem*): “Se cairmos na ilusão moralista de que a televisão do Estado é a ‘boa’ televisão e a que emana de outras entidades está condenada a ser um ‘desvio’ sempre suspeito, corremos o risco de passar completamente ao lado do que está, de facto, a acontecer no universo televisivo global”.

¹⁰ Tais posições parecem integrar-se mais na chamada “cultura de trincheira” que alguma esquerda traz “sempre ao de cima nestas alturas”, como notou Mário Mesquita (ver “A RTP ou a derrota previsível”, *Público*, ed. de 12/5/02).

sariamente dependentes de quem tem a obrigação de gerir a coisa pública e dispõe dos meios para isso, provenientes do bolso dos contribuintes, cujo objectivo não seja o lucro. E que, portanto, se orientem por critérios distintos dos de uma lógica puramente comercial, ligada apenas à existência de audiências e à sua correlação com a capacidade de captar publicidade paga. Como sintetizou Miguel Gaspar¹¹: “Não cabe aos privados fazer serviço público. Podem fazer boa televisão, se quiserem, mas isso não é o mesmo que fazer serviço público”.

6. Por uma *lógica de serviço público*

Ultrapassando, como parece desejável, a confusão frequente entre “serviço público” e “serviço do Estado” (e, muito menos, “serviço do Governo”), e observada a evolução das últimas décadas, chegamos a um conceito de SPT em que a tónica no “público” acaba por ter uma tripla acepção (Rumphorst, 1998): é serviço público na medida em que *é feito para o público* (interagindo com ele, auscultando-o, levando em consideração os seus gostos e necessidades, garantindo que o serviço chega, e com qualidade, *a todos* os cidadãos mas também *a cada um*, na medida das suas particularidades – novos e velhos, ricos e pobres, cultos e menos cultos, maiorias ou minorias), *financiado pelo público* (no todo ou em parte, em montantes e modalidades que se considerem adequados à situação concreta do país e à maior ou menor ambição do SPT – número de canais, diversidade de canais de distribuição, etc.) e *controlado pelo público* (assegurando estruturas de acompanhamento que dêem a palavra à diversidade dos cidadãos e afastem o SPT de tentações instrumentalizadoras por parte do poder político).

Se oferecer um serviço público de televisão é algo mais do que garantir que chegam a todo o público nacional, em condições de igualdade de acesso, alguns bons programas de televisão, e se se entende dar ao público/cidadão o protagonismo que lhe cabe na definição e acompanhamento dessa oferta, então não se vê bem como é que tal pode fazer-se sem a existência de um qualquer “servidor” ou “operador público”¹² – independentemente de ele poder (e dever) coexistir com vários outros operadores do sector empresarial privado. É, afinal, para onde aponta o compromisso assumido pelos países da União

¹¹ Ver Miguel Gaspar (2002), “A ambição de um país”, *O Independente*, ed. de 10/5/02.

¹² Na expressão de Vital Moreira (“Serviço público ‘versus’ interesses privados na televisão”, *Público*, ed. de 14/5/02), “O serviço público requer um espaço público alternativo, em qualidade e substância, às televisões privadas, com uma audiência minimamente relevante”. E este aspecto da “audiência relevante” não decorre de preocupações comerciais, como explicou Eduardo Prado Coelho (ver “Culturalmente incorrecto”, *Público*, ed. de 22/5/02): “A noção de ‘serviço público’ define-se pelo facto de pretender dar ao público aquilo que as televisões privadas tendem a excluir, procurando-se no entanto obter o máximo público possível, não por uma questão comercial (audiências dão publicidade) mas por uma questão cívica (o que se pretende transmitir no serviço público deve ser partilhado pelo maior número possível de pessoas)”.

Europeia em 1997, no preâmbulo do Protocolo de Amsterdão, afirmando que “o sistema de radiodifusão pública nos Estados Membros está directamente relacionado com as necessidades sociais e culturais de cada sociedade e com a necessidade de preservar o pluralismo dos *media*” (cit. por UER, 1998). E, como diz em comentário um documento da UER, “para cumprirem o seu papel, as organizações públicas de radiodifusão precisam de ser uma força relevante [“a major force”] na cena audiovisual nacional, e devem dirigir-se a todas as secções e grupos da sociedade, em particular através de uma programação de qualidade apelativa para as massas [“quality mass-appeal programming”]” (UER, 1998).

Como escreveram Moragas e Prado (s/d), “pode dizer-se que na era digital se precisa de uma televisão pública, mas só se, previamente, se lhe atribuir uma missão específica de comunicação”. É este carácter específico, diferenciador, alternativo, que afinal importaria descobrir num novo modelo de SPT. Dito por outras palavras, trata-se de (re)encontrar e aprofundar a *identidade* de uma televisão pública, por muito difícil que se mostre a tarefa, sob pena de ela não sobreviver à “crescente deriva” que tem vindo a caracterizá-la (Lopes, 1999: 58-66).

Ora, antes mesmo (ou independentemente) de olhar para a programação concreta¹³, importaria perceber o que é que pressupõe, ou deve pressupor, uma *lógica de serviço público* em televisão:

1. Um serviço público de televisão não é apenas uma lista de programas “à la carte”, mas uma *programação global, integrada*, com uma linha condutora própria e objectivos bem definidos, quer em termos de projecto editorial (para a informação), quer em termos de formação e entretenimento. Um serviço desta natureza é “um complexo de princípios, dos quais não podem ser removidas partes sem que se perca o ponto e o propósito do todo” (Sondergard, 1999: 21).
2. Uma televisão de serviço público significa também uma certa *postura* e uma *atitude global*, em termos *éticos*, sobretudo no modo como encara os potenciais receptores – menos como clientes, consumidores, percentagens de “share” a cativar a qualquer preço, e mais como cidadãos –, sendo por isso tão importante aquilo que *faz* como aquilo que *não faz* nem permite que se faça. O SPT deve, afinal, encontrar “um equilíbrio adequado entre a sua responsabilidade de ser popular e a sua responsabilidade de ser impopular” (Collins, 2002: 22). Como se imagina, esta é uma exigência dificilmente aceitável para um canal privado com objectivos basicamente comerciais, e onde a busca sistemática de audiências (que conduzem a

¹³ Alguns autores, como Paddy Scannell, sustentam mesmo que o que se mostra numa televisão comercial ou numa televisão de serviço público “não são coisas intrinsecamente diferentes, mas coisas semelhantes feitas diferentemente, organizadas diferentemente, com diferentes estilos e com um *ethos* diferente” (Scannell, 1996: 25).

maiores receitas de publicidade), sobretudo num mercado escasso e tão fortemente concorrencial como o português, acaba por ser uma preocupação constante e incontornável.

3. Isto significa, portanto, que uma televisão “*de*” serviço público é coisa diferente de uma televisão “*com*” programas de serviço (ou interesse) público¹⁴. O serviço público não é uma função em que se ande “fora e dentro”, conforme as horas, os programas, as audiências. Não é por acaso que, nos canais comerciais, muitos dos melhores programas em termos informativos ou culturais são transmitidos a horas demasiado tardias, impróprias para o grande público, pois a sua lógica não consente que se arrisque o “prime time” para programas com quotas de audiência potencialmente inferiores às da concorrência.

4. A lógica de uma televisão de serviço público não deve, assim, ser uma lógica de “*serviço mínimo*”, em jeito de mero complemento (que apenas supra as lacunas dos privados e se arrisque a ficar confinada a uma espécie de “ghetto” cultural), mas uma lógica de canal/canais, uma lógica de “*serviço-padrão*” – global, referencial, alternativo e exemplar, tanto na apresentação dos programas como na sua própria concepção e preparação, na relação com o público, no cumprimento dos horários, na separação entre informação e publicidade, na variedade de propostas, na pluralidade das expressões a que se abre em todos os domínios, na atenção às maiorias e às minorias, na independência política, na exigência ética e deontológica, no respeito pela dignidade das pessoas¹⁵. Como escreve Marc Raboy, “num ambiente de radiodifusão [“broadcasting”] que trata o público como um conjunto de clientes ou consumidores, o papel do serviço de radiodifusão público é dirigir-se às pessoas como cidadãos. É um serviço de radiodifusão público só pode fazer isto se é visto como um instrumento de desenvolvimento social e cultural, e não como um serviço alternativo marginal colocado na periferia de uma vasta indústria cultural” (Raboy, 1996).

5. A lógica de um “*serviço-padrão*” de televisão pública, funcionando como *garante* de uma oferta televisiva universalmente acessível e contemplando os ingredientes básicos de informação/ formação/ entretenimento, além de assegurar uma *alternativa* permanente às televisões de lógica comercial,

¹⁴ A formulação é de José Vitor Malheiros (ver “Meia hora de serviço público?”, *Público*, ed. de 14/5/02), que especifica: “Uma estação que passa o Big Brother ou um Masterplan não faz serviço público porque dá tempo de antena a uma associação de deficientes no fim da emissão nem porque financia um filme português. O serviço público não se faz às meias horas”.

¹⁵ Ver, a propósito, o texto de Augusto M. Seabra (“O serviço e o público (I)”, *Público*, ed. de 31/5/02): “A televisão é hoje em dia um temível e fascinante meio de estabelecimento do ‘laço social’, uma máquina de integração e homogeneização mas também uma possibilidade de trânsito e diferença. Sendo assim, o ‘serviço público’ é também um mecanismo social de regulação e os princípios democráticos que lhe têm de presidir não deverão ser restritos a uma simples atomização dos interesses socioculturais ou então à pura lógica homogeneizante – a função do Estado não pode de modo algum ser apenas supletiva face à indispensável oferta privada mas antes consagradora de padrões de referência”.

também pode inscrever-se nas obrigações do Estado de *regulação* (directa e indirecta) de um meio poderoso como é este, e que ocupa o espaço radioeléctrico comum. Regulação não passa apenas por legislar, controlar, fiscalizar, punir; passa também por mostrar, influenciar, garantir possibilidades de escolha, provar no concreto que há outros caminhos e outras lógicas – afinal, exercer uma *pedagogia* que confira cada vez mais aos cidadãos um efectivo direito de escolha autónoma e consciente. A probabilidade de que uma intervenção pública no mercado sirva para definir um “limiar de qualidade” é sublinhada por alguns autores, entre os quais Richard Collins: “A presença de um fornecedor de serviço público efectivo e eficiente pode (...) melhorar a qualidade de *todos* os bens e serviços relevantes no mercado, beneficiando todos os consumidores – mesmo aqueles que não usam directamente o serviço público” (Collins, 2002: 10)¹⁶.

6. Naturalmente, este carácter *referencial* e *exemplar* que se aponta para um serviço público de televisão – e que lhe deve permitir afirmar e desenvolver uma *identidade própria* – não pode ficar confinado à lógica de programação e à elaboração de grelhas concretas, devendo alargar-se também ao próprio *estatuto* do operador (supostamente público), à sua relação com o poder e com a sociedade, às suas metodologias de trabalho, à sua gestão. Significa isso que tem de funcionar, em termos tanto formais como reais, com isenção e distância face ao Governo, devendo ser dotado de mecanismos que não só garantam essa *independência* como também permitam a *participação plural dos cidadãos* na sua definição, acompanhamento e controlo.

7. Conclusão

Em síntese genérica, evoque-se a formulação desta questão feita pelo político e colunista Vasco Graça Moura¹⁷: “(...) Por agora, e mesmo em termos generalistas, torna-se imperativo assegurar, pela via da televisão, o preenchimento de uma essencial função identitária, cultural, educativa e cívica, *lato sensu*, da televisão, num país que, em termos europeus, está abaixo de todos os níveis imagináveis nessas matérias e que, portanto, carece do impulso decidido e decisivo de uma estrutura detida e assegurada pelo Estado, da qual pode e deve ser complementar o que resulte do condicionamento e das condições negociadas com o sector privado. Uma política de serviço público tem de ter isto presente”.

O que se sugere, então, é que o Serviço Público de Televisão, usando mais uma lógica “*de inovação*” do que uma lógica “*de reacção*” – que já provou ter os

¹⁶ Neste mesmo sentido apontam as palavras do jornalista Henrique Monteiro (ver “A televisão do Estado”, *Expresso*, ed. de 11/5/02): “O essencial é que o serviço público contribua para a auto-regulação da oferta televisiva, sobretudo em termos de conteúdos, o que implica rejeitar liminarmente aspectos como a violência gratuita, a devassa da vida privada ou o sensacionalismo”.

¹⁷ Ver Vasco Graça Moura, “Generalista? – À vontade...”, *Diário de Notícias*, ed. de 15/5/02.

seus limites e produzir até efeitos perversos –, seja capaz de encontrar, no novo contexto social, político, económico e tecnológico deste início do século XXI, um lugar e um papel que foi perdendo mas que, aparentemente, ainda faz sentido (e porventura fará sempre, se definido nos termos adequados) junto dos cidadãos. Na definição pormenorizada e ambiciosa da UER (datada de 1993), tratar-se-ia de ser capaz de oferecer, na especificidade da sua missão face ao audiovisual comercial, “uma programação para todos, um serviço de base generalista com ampliações temáticas, um foro para o debate democrático, livre acesso do público aos principais acontecimentos, uma referência em matéria de qualidade, uma abundante produção original e um espírito inovador, uma vitrina cultural, uma contribuição para o reforço da identidade europeia, assim como dos seus valores sociais e culturais, um motor da investigação e do desenvolvimento tecnológico” (citada por Moragas e Prado, s/d).

Fazê-lo com o contributo directo do Estado – mesmo com este a funcionar cada vez “mais como arquitecto do que como engenheiro” (Raboy, 1996: 9), orientando, dinamizando, facilitando, e não tanto dirigindo à maneira de patrão –, continua a parecer necessário, muito embora a tónica no *público* deva ser a dominante. De outro modo, arriscamo-nos a tentar recuperar sem hipóteses de êxito os modelos que fizeram história no passado ou a deixar diluir-se progressivamente, até à extinção final, um serviço que só se justifica enquanto diferente, autónomo e com uma identidade específica face às restantes ofertas. Como dizem Moragas e Pilar (s/d), “tão injustificado seria pretender reduzir a televisão pública a fazer o que não querem fazer as privadas, como limitá-la a fazer só o que já fazem as privadas”. E, como escreveu Hugues Le Paige (cit. por Lopes, 1999: 66), “só a diferença salvará o serviço público de uma morte anunciada”.

Referências bibliográficas

ACHILLE, YVES & MIEGE, BERNARD (1994), “Estrategias de adaptación de las televisiones públicas europeas. Límites e incertidumbres de futuro”, *Telos*, nº 40, Dezembro 1994.

<http://www.campusred.net/telos/antiores/num_040/opi_perspectivas2.htm>

BLUMER, JAY G. (1993), *Television e Interes Publico*. Barcelona: Bosch Comunicacion (ed. original Sage Publications, 1992).

COLLINS, RICHARD (2002), “The contemporary broadcasting market and the role of the public service broadcaster. A view from the UK”. Comunicação apresentada na Conferência “Public Service Broadcasting – expectations and reality”, em Helsínquia (Finlândia), em 20 de Março de 2002.

<<http://www.save-public-broadcasting/org/events/helsinki.htm>>

EBU-UER (União Europeia de Radiodifusão) – Departamento Jurídico (1998), “The Public Service Broadcasting remit: today and tomorrow”. Ref. DAJ/ew/mp, 29/4/1998.

- LOPES, FELISBELA (1999), *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva.
- MORAGAS, MIQUEL DE & PRADO, EMILI (s/ data), *Repensar la televisión pública en el contexto digital*. Barcelona. Portal de la Comunicación, Observatorio de las Políticas de Comunicación.
<<http://portalcomunicacion.com/observa/polis/i2.html>>
- RABOY, MARC (ed.) (1996), *Public Broadcasting for the 21st Century*. Londres: John Libbey Media.
- RUMPHORST, WERNER (1998), *Model Public Service Broadcasting Law*. Media Online 2002.
<www.mediaonline.ba/mediaonline/attach_eng/4990.pdf>
- SCANNEL, PADDY (1996), “Britain: Public Service Broadcasting, from National Culture to Multiculturalism”, in RABOY, MARC (ed.), *Public Broadcasting for the 21st Century*. Londres: John Libbey Media.
- SONDERGAARD, HENRIK (1999), “Some reflections on Public Service Broadcasting”, in *Nordicom Review – Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, n° 1 (edição on-line).
<<http://www.nordicom.gu.se/review.html>>
- SYVERTSEN, TRINE (1999), “The many uses of the ‘Public Service’ concept”, in *Nordicom Review – Nordic Research on Media & Communication*, vol. 20, n° 1 (edição on-line).
<<http://www.nordicom.gu.se/review.html>>
- TADAYONI, REZA & HENTEN, ANDERS & SKOUBY, KNUD ERIK (2000), “The future of Public Service Broadcasting – Financing Public Service Broadcasting in digital age”. Comunicação apresentada na XIII Conferência da ITS – International Telecommunications Society, Buenos Aires (Argentina), Julho de 2000.
<<http://www.its2000.org.ar/conference/conference1.html>>
- TONGUE, CAROLE (1996), “The Future of Public Service Television in a Multi-channel Digital Age”. Relatório apresentado no Comité de Cultura, Juventude, Educação e *Media* do Parlamento Europeu, Estrasburgo.
<http://www.poptel.org.uk/carole-tongue/pubs/psb_b.html>

II. Pensar e projectar o serviço público com a participação do público

Manuel Pinto*

A grande maioria das análises e das investigações sobre o serviço público de televisão (SPTV) parte de um pressuposto, explícito ou, mais frequentemente, implícito, de que as audiências televisivas são sobretudo *destinatários* dos projectos, estratégias e políticas dos diversos tipos de agentes que intervêm no processo.

O debate público ocorrido em Portugal, com especial incidência no segundo trimestre de 2002, confirma cabalmente esta ideia: na verdade, os textos de natureza opinativa, incluindo editoriais, comentários, análises e cartas ao director, publicados nos principais jornais diários e semanários, só excepcional e secundariamente colocaram as audiências e os públicos como critério e centro de gravidade nas posições defendidas ou nas propostas elaboradas.

Este texto, apoiado em investigações, relatórios e estudos vários, levados a cabo nas duas últimas décadas (Mitchell & Blumler, 1994; Raboy, 1994) e na percepção daquilo que tem sido o serviço público em Portugal, formula uma hipótese de trabalho. Consiste ela em admitir que *o SPT adquire o seu sentido e alcance sociocultural na medida em que promove e torna efectivo um envolvimento dos actores e grupos sociais na definição das políticas, nas instâncias de acompanhamento e, sobretudo, nos processos de avaliação do SPT*. Subsidiariamente, sustenta-se ainda que o SPT se afirma não apenas pelos conteúdos que programa e emite, mas igualmente pelos processos e metodologias de relação com os seus públicos que promove.

* Docente da Universidade do Minho (mpinto@ics.uminho.pt).

A nossa argumentação segue, assim, um percurso que compreende: i) uma análise crítica das concepções dominantes de audiência, tendo em consideração fenómenos como a crescente fragmentação e complexificação; ii) uma reflexão sobre o conceito de “ecossistema informativo e comunicacional” e respectiva relevância na qualidade de vida geral e no desenvolvimento equilibrado da sociedade; iii) com base nas modernas concepções de cidadania, uma avaliação do papel do serviço público no aprofundamento de uma sociedade democrática, participativa e competitiva; iv) partindo da experiência portuguesa e de outras origens, uma enunciação de modalidades e formas de participação cidadã no SPT.

1. Concepções dominantes de audiência

Existem, pelo menos, dois modos distintos de entender os telespectadores dos programas e dos canais de televisão. Não sendo necessariamente contraditórios ou mutuamente excluídos, remetem para visões diversas da sociedade e do papel que nela os *media* desempenham.

A primeira toma a audiência como um *mercado* e os membros da audiência como consumidores. O entendimento da audiência como mercado abarca dois sentidos complementares: por um lado, é mercado real ou potencial para os anunciantes e publicitários. Por outro, é um mercado (ou mais rigorosamente um produto transaccionável) para os operadores televisivos. Nesta última acepção, e na medida em que os programas e os canais consigam criar e fidelizar uma audiência quantitativa e qualitativamente significativa, constitui-se um “produto” (a audiência), com valor variável, que pode ser vendido aos anunciantes. Compreende-se, assim, o interesse dos canais que vivem da publicidade em maximizar e qualificar a audiência, porquanto disso depende, no fundamental, a sobrevivência e, tanto quanto possível, o lucro de exploração do canal. E compreende-se igualmente como cada telespectador, individualmente considerado, se torna objecto de uma dupla estratégia de sedução: por um lado, da parte do canal que procura que ele se torne seu cliente em detrimento dos canais concorrentes; por outro, dos anunciantes que, tirando partido da probabilidade estatística de o alcançar com as suas mensagens publicitárias, procura levá-lo a adquirir os seus produtos e não os da concorrência.

Torna-se assim mais claro que uma das formas de maximizar a audiência consiste em programar conteúdos que sejam acessíveis no conteúdo e no horário à maioria dos telespectadores e que, naturalmente, suscitem o seu interesse e adesão. Decorre ainda uma outra ilação: a forma de todos os intervenientes directos conhecerem as características e os valores deste mercado consiste em promover e instituir processos tanto quanto possível fíaveis de medição dos comportamentos e opiniões da audiência, investindo meios no estudo da sua composição sociodemográfica, nos seus hábitos e estilos de vida, nas modalidades e características dos usos mediáticos, mormente televisivos.

A par da concepção da audiência como mercado encontra-se a concepção da audiência como conjunto de *cidadãos*, isto é, como pessoas que, membros de uma comunidade – local, nacional, transnacional, global –, assumem os deveres e direitos inerentes a essa condição.

Ao contrário da “marca” socioeconómica e mercantil inerente à primeira concepção, identificamos aqui uma “marca” predominantemente sociocultural e política. E a grande e determinante distinção que se pode estabelecer entre os dois pólos (mais do que duas realidades estranhas ou contrárias entre si, como já sublinhámos) é a seguinte: quando e na medida em que os telespectadores são entendidos como produto ou mercadoria, eles são inerentemente tomados como alvo, ou seja, como clientela, como mero destinatário, ao passo que, quando são assumidos e reconhecidos como cidadãos, eles se constituem como sujeitos e parceiros (Orozco, 1988), com um leque de papéis e um espectro de acção que abarca o consumo, mas não se confina a ele, como iremos ver adiante.

Apesar de poder parecer o contrário, não procuramos sugerir que um operador televisivo de natureza comercial, dada a lógica do mercado em que se movimenta, esteja impedido ou não deva ser solicitado a tomar os destinatários das suas estratégias e emissões como cidadãos. O que afirmamos é que a faceta ou dimensão que ele irá privilegiar será aquela que mais contrapartidas de audiência lhe trazer e que essa será a orientação dominante que seguirá.

Ora, os estudos recentes sobre a recepção e a audiência televisiva¹ têm posto em destaque dimensões que permitem facilmente compreender como a mera medição de comportamentos e preferências proporcionada pelos processos audimétricos são redutores e insuficientes². De facto, nos contextos socioculturais da recepção, ocorre um complexo trabalho invisível e mal conhecido, de apropriação e incorporação das emissões televisivas, de atribuição diferencial de significado ao que é recebido, de entretencimento dessas práticas e desses significados com outras actividades e dimensões da vida quotidiana, no quadro das interacções sociais (De Certeau, 1980: 11; Bianchi & Bourgeois, 1992: 23).

Por conseguinte, o chamado “consumo” televisivo é, talvez sobretudo, uma forma de relação com a televisão, os seus géneros e programas e, através deles, com o mundo social envolvente, admitindo uma amplitude de gradações e de distinções que pode ir da mera exposição passiva e indiferente à fruição vigilante ou às formas mais intensas de participação vicariante (Pinto, 2000:50).

Num quadro em que as actividades de criação e usufruto cultural se encontram muito desigualmente distribuídas pelo território e em que são diversos os recursos materiais e simbólicos para a elas aceder por parte de significativas

¹ Para uma visão de conjunto sobre as correntes actuais no estudo das audiências, cf. Reier (1998).

² Como notaram Jensen e Rosengren (1990), “o objectivo de grande parte da pesquisa anterior, tanto no âmbito comercial como académico, residiu na explicação do comportamento da audiência em termos de variáveis demográficas ou sociopsicológicas, em vez de enfatizar a avaliação e participação da audiência nos processos de comunicação social”.

franjas da população, a ocupação com e pela televisão representa uma parte relevante dos chamados “tempos livres” e, sobretudo, uma “janela” privilegiada de contacto com um universo mais vasto do que o estreito horizonte configurado pelas deambulações e experiências do dia-a-dia. E isto é particularmente importante para os grupos sociais menos autónomos, como é o caso dos idosos e das crianças. O que seja ou possa ser, portanto, tal “janela” não é de modo nenhum despidendo, num plano de igualdade de acesso aos bens da cultura.

Convém recordar que as desigualdades sociais se revelam um problema persistente entre nós. No quadro português, dados recentes³ permitem concluir que os 20 por cento dos agregados familiares mais ricos representam 46 por cento do rendimento monetário das famílias, ao passo que os 20 por cento dos agregados mais pobres não pesam mais de 6 por cento nesse mesmo rendimento. A extensão e as incidências da iliteracia, que afecta uma parte significativa da população⁴, contribuem também para reduzir a amplitude e a própria natureza das práticas culturais.

Em qualquer caso, não se podem menosprezar algumas tendências e fenómenos que obrigam a reequacionar a reflexão que se tem feito sobre as audiências e sobre o próprio serviço público de televisão. Decorrem elas da confluência e interacção de dois processos diversos, um de natureza tecnológica e outro de natureza social.

O primeiro fenómeno, implicado nas novas formas de difusão de televisão através do satélite e do cabo, traduz-se na multiplicação e diversificação de canais de televisão e, conseqüentemente, na “oferta” de um leque de escolhas em constante crescimento⁵ e que tende a aumentar ainda mais, com a perspectiva do desenvolvimento da televisão digital terrestre. Ao crescer e diversificar-se a oferta televisiva e as modalidades de acesso e gestão dos programas, um dos resultados mais salientes é a tendência para a dispersão crescente das escolhas dos telespectadores e para a fragmentação das audiências. É certo que a fatia do “share” que cabe ao cabo e ao satélite é ainda reduzida e que, por razões de inércia dos telespectadores, de estratégia dos operadores hertzianos e de características dos conteúdos da programação dos canais generalistas, a audiência continua a polarizar-se em torno destes canais. Mas parece consistente o fenómeno da proliferação e diversificação das escolhas e da individualização do consumo.

³ A. Barreto (org.) *A Situação Social em Portugal 1960-1999*. Lisboa: ICS, 2000, p. 62.

⁴ Um estudo comparativo internacional (Gomes *et al.* 2002) com dados relativos a 1998 indica que, em Portugal, numa escala de quatro níveis, os dois níveis mais baixos compreendiam 78 por cento dos indivíduos estudados, ao passo que os dois mais elevados compreendiam 21 por cento (contra 48 no Reino Unido ou 72 na Suíça).

⁵ Para o caso português, e segundo dados da Autoridade Nacional das Comunicações (ANACOM), no início de 2002, 62 por cento do total de alojamentos dispunha de acesso ao cabo, dos quais 23 por cento eram assinantes (equivalente a 11 por cento da população do país). Para se fazer uma ideia da mudança registada, bastará anotar que, em 1995, o volume de alojamentos cablados se situava nos 9 por cento e em 1 por cento o de assinantes.

Ao mesmo tempo, assistimos a um outro movimento de fragmentação e diversificação, social e culturalmente mais profundo. Caminha num sentido convergente com o anterior e, numa sociedade como a portuguesa, adquire contornos muito vincados, decorrentes da passagem brusca de um sistema social fechado, autoritário e autocentrado, para uma sociedade livre, aberta e plural, que ocorre, significativamente, num período que corresponde *grosso modo* àquele em que o meio televisivo se disseminou e instalou. Neste movimento longo de transformação, de contornos fluidos mas profundos, inscrevemos a aceleração do processo da urbanização, a eclosão de novos movimentos sociais e culturais, a massificação dos consumos e dos respectivos “templos”, a acrescida circulação de pessoas motivada pelo turismo e pelas migrações. Ou seja, os processos de aceleração, diversificação e internacionalização que caracterizam a vida individual e social afirmam-se igualmente num quadro referencial de crescente fragmentação e complexificação.

2. Qualidade do ecossistema informativo e cultural

Entre nós, a abordagem ambientalista, enquanto movimento social, tem-se circunscrito predominantemente ao ambiente físico, aos impactos das políticas sobre a natureza, à salvaguarda da biodiversidade e, de um modo, geral, ao contributo que essas dimensões proporcionam àquilo que se tem vindo a chamar “qualidade de vida”. Nada obsta – e muitas e boas razões sugerem – a que se alarguem os conceitos de ambiente e de qualidade de vida ao campo simbólico e à vida cultural e, em particular, aos meios de comunicação social, nomeadamente à televisão, enquanto agentes privilegiados da produção e mediação simbólica nas sociedades em que habitamos.

Desde o início dos anos 60 do século XX que se tem vindo a desenvolver, em diversos países, uma sensibilidade e uma intervenção nessa direcção, polarizada em torno de um conceito que conhece expressões diversas, das quais a mais significativa é a de “ecologia dos *media*”, proposta por McLuhan. Os pressupostos são simples e falam por si: i) os *media* constroem e configuram um meio ambiente baseado em fluxos de informação; ii) este meio ambiente constitui um quadro básico de interacção social; iii) os novos *media* não representam apenas a abertura de novas possibilidades de informação e comunicação: são também um modo de dar sentido ao mundo e à vida; iv) a natureza e impacto dos *media* não podem ser abordados numa espécie de vácuo social, desligados de um contexto cultural de que são agentes e produtos⁶.

Esta orientação ecológica na abordagem dos *media* na sociedade tem origens mais antigas. Na verdade, pode fazer-se remontar os seus antecedentes à “eco-

⁶ Cf. <http://www.ardilla.umn.edu/Library/KauferTerms.htm>

logia humana” da Escola de Chicago, na primeira metade do século XX. Estudando do ponto de vista sociológico a vida das cidades e das comunidades, investigadores como Robert Park, por exemplo, já haviam notado como as redes de transporte e as tecnologias de comunicação se mostravam um factor decisivo na definição de um dado ambiente humano⁷. Na segunda metade do mesmo século, e sob a inspiração das ideias de Marshall McLuhan, de que são de algum modo herdeiros autores como Neil Postman e Joshua Meyrowitz, vai-se desenvolvendo um movimento polarizado nas escolas de Toronto e de Nova Iorque, que não cuida tanto do estudo e da análise dos produtos, mas principalmente dos processos (socioculturais) através dos quais os *media* constroem o ambiente comunicacional e, por conseguinte, a própria sociedade: o modo como os *media* servem a comunidade e o estudo dos *media* e da tecnologia enquanto ambientes humanos⁸. Na Europa, observam-se também sinais desta orientação na abordagem da informação e dos *media*. Na Alemanha (então RFA), por exemplo, surge em 1989 o Instituto para a Ecologia da Informação e Comunicação, enfatizando a crescente abundância da informação, o seu carácter eminentemente social e socialmente desigual (aspecto que determinaria a sua “qualidade ecológica” e consequentemente a definição e operacionalização do conceito de “poluição informativa” (Caturro, 1989). Em França, a escola mediológica fundada por Regis Debray e Daniel Bougnoux, e de que a revista *Cahiers de Médiologie* constitui a principal tribuna, pode ser inscrita igualmente nesta corrente polifacetada. É o próprio Debray que observa que a Mediologia se situa no campo das correlações entre as actividades simbólicas de um grupo humano, as suas formas de organização política e as suas técnicas de memória (Debray, 1994). Monique Sicard, um dos membros mais activos do grupo de Debray é ainda mais explícita: num texto publicado em 1998, num número dos *Cahiers* precisamente dedicado ao tema “Pourquoi des Médiologues?”, considera a mediologia “uma meia-irmã da ecologia”. Em síntese, pode dizer-se que a abordagem ecológica dos *media* constitui actualmente uma orientação com o seu lugar reconhecido nos estudos da comunicação, apoiada em sensibilidades diversas, em associações próprias e numa produção científica e numa intervenção cultural consistente. Veja-se, a título de exemplo, o impacto de um investigador como Neil Postman, que tem, desde pelo menos o início dos anos 80, com “The Disappearance of Childhood”, marcado uma agenda de forte pendor crítico acerca dos aspectos mais negativos dos *media* electrónicos, primeiro com a televisão e, mais recentemente, com os computadores e a Internet. Em todo o caso, e apesar de um acentuado “mediocentrismo” e determinismo tecnológico que transparecem nos trabalhos de vários destes autores, nomea-

⁷ Lance Strate (1996) “Containers, Computers, and the Media Ecology of the City”, in *Media Ecology a Journal of Intersections*, Fall 1996. (http://raven.ubalt.edu/features/media_ecology/articles/96/strate1/strate_1.html)

⁸ *Idem, ibidem.*

damente norte-americanos, e da reduzida atenção que dedicam à dimensão económico-política dos *media*, o que nos importa aqui destacar é a ideia de que os *media* na sociedade podem ser abordados enquanto um meio ambiente com as suas lógicas específicas, a sua evolução tecnológica, a sua filosofia da tecnologia, a sua gramática e retórica, a sua influência na configuração da vida social. Enfim, os *media* enquanto plataforma e ambiente “no qual o conteúdo e o contexto convergem para produzir a mudança social e cultural”⁹.

Os sistemas televisivos e os canais de televisão são a face mais visível e marcante desse meio ambiente. São eles que, em sociedades como a nossa, pontuam e estruturam a vida quotidiana e ocupam uma boa parte dos tempos livres de grandes segmentos populacionais com um lugar tão mais saliente quanto mais reduzidas são as ocupações e práticas alternativas.

Como escreveu o investigador mexicano Guillermo Orozco, a televisão, enquanto instituição e enquanto meio electrónico, “capta, produz e ao mesmo tempo participa na circulação de significados; legitima situações, interpela-nos no plano intelectual e emocional, coloca-nos como telespectadores individuais e colectivos de múltiplos modos para aceder à interacção com a sua programação; define cada vez mais o intercâmbio simbólico e o sistema social de comunicação; enfim, delimita o âmbito da democracia”¹⁰.

Enquanto expressão e agente da vida social, a televisão configura-se, assim, como uma dimensão problemática da cidadania.

3. Cidadania e serviço público de televisão

O conceito de cidadania é correntemente associado aos direitos e deveres dos cidadãos e às condições do seu exercício e da sua efectivação em sociedades democráticas. Contudo, esta abrangência circunscreve-se, com frequência, a um universo bastante formal e redutor, no quadro do qual perde força um conjunto de novos direitos que as democracias exigem, mormente o direito de participação.

A ideia de cidadania é indissociável da noção de “interesse geral” e dos princípios da liberdade e da igualdade que, desde pelo menos o século XVIII, atravessam os grandes debates e conflitos político-ideológicos, no Ocidente. A História Contemporânea mostra de forma trágica que a liberdade e a democracia constituem conquistas provisórias, construções periclitantes, trespassadas por tensões e ameaçadas por impasses. Correm, pois, o risco de estiolamento, se não forem permanentemente vivificadas e enriquecidas. De facto, tanto a sociologia como a prática de intervenção política têm posto em evidência a

⁹ Kaufer, D. S., & Carley, K. M. (1993). *Communication at a Distance: The Influence of Print on Sociocultural Organization and Change*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, p. 87.

¹⁰ Orozco Gómez, G. (1992). *Televisión Pública y Participación Social: Al Rescate Cultural de la Pantalla*.

necessidade de alargar e aprofundar as modalidades de participação dos sistemas representativos, em ordem a permitir uma maior co-responsabilização dos cidadãos na vida da *res publica*.

A conjugação da liberdade com a igualdade (tal como as antinomias indivíduo-colectividade ou Mercado-Estado), que se revê na tensão entre correntes e projectos mais intrinsecamente liberais ou mais marcadamente socializantes, constitui um desafio que a dinâmica social terá sempre presente e em aberto.

A cidadania esvazia-se sem uma pluralidade de expressões, sentimentos e opiniões, sem diversidade de propostas, sem possibilidade efectiva de escolha e de iniciativa. A ética da responsabilidade supõe, efectivamente, não apenas a possibilidade da opção entre diversas possibilidades, mas igualmente a existência de condições para o exercício dessa opção.

Nas últimas décadas, tem vindo a alterar-se o quadro em que ocorria a reflexão sobre a cidadania e a reforçar-se a ideia de uma “cidadania pós-nacional”¹¹. A internacionalização da economia, a globalização das comunicações, o peso das multinacionais e a emergência e afirmação de organizações regionais e transnacionais, entre outros aspectos, têm, de facto, contribuído para que os Estados, enquanto entidades soberanas, tenham vindo a perder paulatinamente a capacidade de regular os direitos e deveres dos seus membros de forma, digamos assim, monopolista face ao território correspondente.

Neste novo quadro de mundialização das relações, emergem novos riscos e potencialidades, que não podem mais ser analisados e compreendidos no estreito horizonte do estado-nação. Os grupos económicos transnacionais, os problemas ecológicos e as alterações climáticas, os movimentos migratórios e a mobilidade dos indivíduos, as guerras e o terrorismo, a acção das ONG, as novas formas de colonialismo e de imperialismo tornam particularmente relevante o conceito de cidadania global.

A relação desta nova e mais larga concepção de cidadania com o campo mediático e televisivo é dupla. Por um lado, é predominantemente através dos *media* e, em particular da televisão, que os cidadãos adquirem a informação, as representações e as mundividências que constituem recursos simbólicos decisivos para a intervenção e participação na esfera pública. Por outro lado, estes meios não são veículos neutros das mensagens que difundem: aquilo que incluem ou excluem, aquilo que enfatizam ou secundarizam – e que decorre de interesses, posições ou orientações específicos no contexto mediático-político-económico – representa um factor relevante e porventura decisivo do leque de assuntos, horizontes, experiências a que os cidadãos têm acesso. Ao lado desta perspectiva sociocognitivista, poderemos ainda sublinhar papéis do meio televisivo que, dependendo dos contextos e das problemáticas, apontam ora no sentido do adormecimento e da distração, ora do despertar e do incentivo

¹¹ J. Urry (1999), “Globalization and Citizenship”. *Journal of World Systems Research*, vol. 5 (2). http://csl.colorado.edu/jwstr/archive/vol5/vol5_number2/index.shtml (acedido em 5 de Setembro de 2002).

para a acção. Em abstracto, a televisão tanto pode alienar as pessoas, como proporcionar-lhes as chaves da iniciativa face aos problemas quotidianos; tanto pode encerrá-las num universo fictício e ilusório, como ajudar a fazer a ponte entre o fragmentário e o coerente, entre as realidades locais e o espaço mundial.

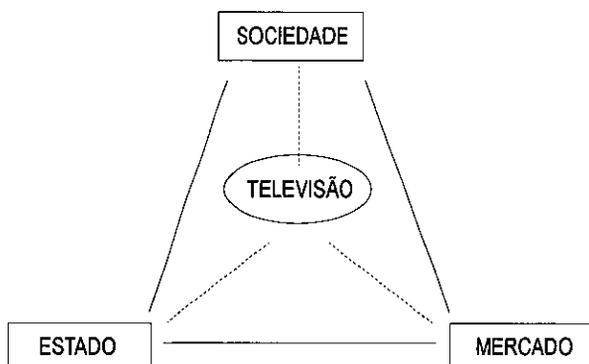
Face às televisões, os cidadãos, individualmente ou através de instituições e grupos em que participam, podem fazer ouvir a sua voz, nos termos da Constituição e das leis em vigor. Podem mesmo exigir a reformulação do quadro normativo, no sentido que lhes pareça mais adequado. Mas, como é evidente, enquanto que, relativamente aos canais televisivos de natureza comercial, têm de contar com o facto de que é o Mercado a sancionar ou não as escolhas e as ofertas que em cada momento apresentam, no caso da televisão pública já outros critérios e outras lógicas têm de ser levadas em consideração.

Como afirmávamos atrás, constitui um contra-senso a existência de um serviço público sem a participação activa do público. Propomo-nos, agora, ir um pouco mais longe e afirmar que a orientação para a cidadania é o critério determinante da organização do SPT.

Até ao presente, o debate e a definição de políticas têm-se situado no binómio Estado-Mercado, confinando-se a ele. Este eixo estruturante do debate emerge no panorama televisivo português, ao longo dos anos 80 do século XX, pondo em causa um modelo anteriormente vigente, caracterizado pelo monopólio do Estado sobre a televisão (Sousa, 1996). A ruptura com o quadro monopolista começou por ser matéria controversa, mas foi-se tornando consensual, na sequência do debate introduzido (não só, mas sobretudo) pelas forças de centro-direita e de direita do espectro político, num quadro internacional de tendência fortemente liberalizante e desregulamentadora (marcado pelas políticas de Reagan e de Thatcher). Esta alteração estrutural do “broadcasting” português foi igualmente acompanhada por uma forte concorrência entre operadores televisivos, todos, incluindo o operador público, em disputa por “um lugar ao sol”, num mercado que alguns analistas consideram ser insuficiente.

A orientação estratégica que faz do operador público um concorrente dos canais privados levou a que se tenha reforçado, em anos recentes, uma manifesta e consistente pressão por parte de um sector mais liberal do espectro político, situado quer no Partido Socialista quer sobretudo no Partido Social-Democrata, no sentido da privatização parcial ou total da RTP¹², com a atribuição de algumas dimensões de serviço público aos operadores privados. Os argumentos tornaram-se mais explícitos no decurso do debate que se seguiu à tomada de posse do XV Governo, chefiado por José Manuel Durão Barroso, na sequência da vitória do PSD, por maioria absoluta, nas eleições de 17 de Março de 2002.

¹² Para acompanhar esta sensibilidade ao longo dos últimos anos, veja-se a sequência de factos no Quadro 1.



Depois de uma primeira fase em que o Estado foi o único actor em presença no panorama televisivo; depois de uma segunda fase, aquela em que temos vivido, em que dois actores – o Estado e o Mercado – têm hegemonizado o palco, propomos que se ensaie uma terceira etapa, que possa ser marcada pela participação dos cidadãos nos decisivos debates sobre as políticas de comunicação e informação e sobre os destinos do audiovisual enquanto terreno privilegiado do exercício da cidadania.

Esta nova etapa remete para um modelo em que Estado e Mercado, nas suas respectivas funções e performatividades, dialogam, de forma visível e institucionalizada, com os cidadãos, isto é, prestam contas à Sociedade. Tal perspectiva respeita à globalidade do sector mediático e televisivo, mas reveste um significado e importância particulares no caso do SPT.

São várias as razões que apoiam e fundamentam a adopção de um tal “modelo triangular” (Raboy, 1994), num tempo em que se tomam decisões tão relevantes para o futuro das comunicações e do audiovisual. Em primeiro lugar a actividade de televisão conta, entre as agências e instituições relevantes da sociedade civil, com um parceiro fundamental, interessado nos rumos que vierem a ser traçados. Em segundo lugar, o quadro constitucional e normativo aponta claramente para a participação dos cidadãos. Em terceiro lugar, quer o Estado quer o Mercado não são fins em si mesmos, mas, antes, meios para a Sociedade realizar os seus objectivos. Caracteriza-os, assim, uma lógica instrumental e de serviço à colectividade, que não pode ser postergada ou elidida. Em quarto lugar, e particularmente no que ao SPT diz respeito, os interesses, sensibilidades e perspectivas por vezes contraditórios, quer entre sectores, quer mesmo no interior de cada sector, tornam aconselhável que as diferentes partes directamente interessadas (criadores, operadores, decisores, reguladores, telespectadores, instituições culturais, etc.) interajam em ordem à consecução dos objectivos do serviço público.

Não é aceitável, neste registo, partir do pressuposto de que as pessoas, os grupos e as instituições sociais – os públicos televisivos – não sabem o que querem. Ou invocar a perspectiva do público para, a seguir, assumir-se como

seu intérprete e exprimir-se em nome e em vez dele¹³. Ou partir do pressuposto de que a programação que os públicos querem é aquela que os painéis da audimetria indicam como os mais “consumidos”.

Argumenta-se que, com as novas possibilidades tecnológicas ligadas à evolução no campo e no espaço hertziano e à Internet de banda larga, aumentará seguramente o número de canais, será enormemente facilitada a entrada no “negócio” da televisão e, progressivamente, cada telespectador poderá confeccionar a sua própria programação, através da consulta de um “menu” de escolhas tendencialmente ilimitadas. Estão, de facto, prefiguradas essas tendências e não é possível pensar e projectar com seriedade o futuro do audiovisual e da televisão de serviço público sem tomá-las em consideração. Mas convém agir com prudência, uma vez que, como eloquentemente demonstra a história das inovações tecnológicas, o facto de algo ser tecnicamente possível não equivale a que seja concretizado e, sobretudo, não se deve correr o risco de tomar as possibilidades acessíveis a uma minoria como expressão de uma realidade generalizada. Um exemplo simples do que acaba de ser enunciado é o que se passa com os canais de TV por cabo. Segundo dados da Autoridade Nacional de Comunicação (ANACOM)¹⁴, a que atrás fizemos já referência, no final do primeiro trimestre de 2002, encontravam-se cablados 62 por cento dos 5,04 milhões de alojamentos, sendo que 23 por cento eram efectivamente assinantes, ou seja cerca de 2,3 milhões de portugueses¹⁵. Ora, o *share* médio do conjunto dos canais de cabo é inferior a um milhão de espectadores, sendo que inclui os próprios canais generalistas hertzianos, que são distribuídos também por esta via, e um número elevado de canais falados em português. É verdade que registou, nos últimos anos, um crescimento sustentado, passando da casa dos 3 a 4 por cento no ano de 1999¹⁶ para um pouco acima dos 10 por cento, mais recentemente. Mas, ainda que este crescimento prossiga, não é certo que ele venha a significar uma alternativa efectiva para a maioria da população. E, mesmo que tal aconteça, não se pode assegurar que dele seja tirado o partido que representa.

¹³ Assim, por exemplo, no *Público* de 29 de Maio de 2002, o seu director, José Manuel Fernandes, escreve: “Antes de procurar saber o que é ‘serviço público de televisão’ tem de se começar por saber o que se espera da televisão partindo do único ponto de vista possível: o do cidadão. Se é esse o ponto de vista que adoptamos para a saúde ou para o sistema de segurança social – quais são as necessidades, traduzidas em desejos e inquietações, do cidadão contribuinte –, não há nenhuma razão para se começar pelo telhado no caso da televisão, isto é, para se começar por definir o que é que as elites desejam que a televisão seja”. E responde, logo de seguida:

“São sobretudo estas duas componentes [entretenimento e informação] que os telespectadores procuram quando se sentam em frente ao televisor, na maior parte dos dias após longos dias de trabalho, cansados, mais preocupados em distrair-se do que em educar-se. E isso é válido tanto para o pedreiro como para o professor catedrático: a única diferença é que o segundo tem vergonha de o confessar”.

¹⁴ *Relatórios Trimestrais*, acessíveis em www.anacom.pt.

¹⁵ Para o cálculo deste valor seguimos os resultados do Censos 2001, do Instituto Nacional de Estatística, que indicam que a relação alojamentos/famílias é de 1,4 e a dimensão média da família é de 2,8.

¹⁶ Dados da Tempo OMD, *Media Facts – Mercado dos Media em Portugal*, 2000, <http://www.tempomedia.pt/mediare/pdfs/capitulo1.pdf> e, da Marktest, *Telereport*, Janeiro-Abril de 2002. É interessante verificar, por outro lado, que, segundo a mesma fonte, enquanto os segmentos sociais mais baixos (classes D e C2) representavam, em Março de 2001, perto de 70 por cento do total de espectadores de televisão, não iam além de 40 por cento entre os espectadores do cabo.

Tudo isto para dizer que existe uma forte probabilidade de que os canais generalistas tradicionais continuem a acolher, durante bastante tempo, o grosso do consumo da televisão e que não seria avisado enveredar por um caminho que, a pretexto da fragmentação das audiências e da multiplicação das possibilidades de escolha dos telespectadores, levasse a apostar nas infra-estruturas tecnológicas e nas acessibilidades, descurando ou remetendo para segundo plano as ofertas, os conteúdos das programações.

É aqui, uma vez mais, que a existência de um serviço público de televisão adquire o seu significado. Precisamente quando o fenómeno da fragmentação e da diversidade de escolhas é maior, mas em que existe e persiste uma desigualdade estrutural e – no caso da sociedade portuguesa – com assimetrias e carências culturais e educacionais que se encontram identificadas¹⁷, é que se torna necessário o efectivo funcionamento de um efectivo serviço público. Um serviço que tenha em consideração as lacunas e debilidades do sistema de formação e educação, os índices de iliteracia, as disparidades sociais e regionais, a pluralidade das actividades produtivas e criativas, a riqueza do património histórico e cultural e a diversidade das expressões culturais regionais e locais. Um serviço que considere a diversidade de gostos e as diferentes sensibilidades geracionais, os contextos de vida e as necessidades de segmentos específicos da população, como são as crianças mais pequenas e os cidadãos mais idosos e que não esqueça nem as comunidades portuguesas emigradas, nem a presença já significativa de comunidades de trabalhadores estrangeiros, com a sua cultura, os seus sonhos e problemas e as suas origens nacionais (que os portugueses, de modo geral, não conhecem). Um serviço público que faça conjugar permanentemente, na ficção, no espectáculo e na informação, o acolhimento das realidades nacionais (e não apenas lisboetas) com a abertura aos horizontes do espaço europeu e do mundo, sem esquecer os países aos quais, por razões históricas, Portugal se encontra estreitamente ligado. Um serviço que assuma esta realidade complexa e plural e procure alargar, de facto, a escolha dos telespectadores, “garantindo a todos acesso a programações de elevado padrão de qualidade e que se encontram ou podem encontrar em risco num mercado puramente comercial”¹⁸.

Ao trabalhar neste registo e com esta abertura, seja no campo do entretenimento, seja no plano da informação, do documentário e do debate, o serviço público de televisão estará a contribuir para que Portugal recupere e projecte dimensões que são fundamentais. Antes de mais, que resgate a consciência partilhada de si mesmo, na riqueza das suas expressões e na diversidade dos contextos, que a dispersão e atomização, por um lado, e as tendências homogeneizantes do mercado, por outro, tendem a contrariar. Mas que recupere também as diferentes facetas da memória colectiva, não apenas da história política,

¹⁷ Cf., a título de exemplo, os trabalhos coordenados e publicados por António Barreto (2000) ou os Relatórios do Desenvolvimento Humano anualmente publicados pela ONU.

¹⁸ *Extending Choice. The BBC's role in the new broadcasting age*, London: BBC, 1992

mas das culturas profissionais, das histórias de vida. Depois, poderá contribuir para alargar os horizontes culturais em que se move o quotidiano de muitos cidadãos, proporcionando-lhes estímulos e até instrumentos para ousar um futuro mais satisfatório. Poderá, além disso, ter um papel indutor de práticas mais exigentes junto dos restantes operadores televisivos generalistas. E na medida em que der mais a voz e a vez aos agentes e parceiros da sociedade civil, tanto na programação como no acompanhamento da actividade do operador público, poderá contribuir significativamente para que a sociedade portuguesa sinta o serviço público como património seu, que importa defender, sustentar e projectar. Não se trata, no serviço público, de implementar uma “televisão do pé descalço”, mas de democratizar e qualificar o meio televisivo¹⁹. Não se trata de destruir a natureza própria do meio televisivo, mas de o pensar e realizar de outro modo, na base de parcerias e numa consonância com o sentir geral da sociedade procurada e avaliada²⁰.

4. Vertentes da participação cidadã no serviço público

A proposta de um serviço público não só com público, mas a partir do público e com o público, ou seja, *uma televisão da e para a cidadania*, suscita interrogações e dificuldades, sendo uma das mais óbvias a da sua operacionalização e viabilidade. Digamos, em primeiro lugar, que não entendemos a televisão de serviço público como uma televisão menor, do ponto de vista do profissionalismo, da sua imagem e do rigor da sua gestão. Pelo contrário.

A participação dos cidadãos no seu serviço público de televisão comporta uma dupla vertente, já atrás sugerida. A primeira é de natureza substantiva e refere-se aos conteúdos das programações e da grelha, envolvendo também a criação, a produção e realização e a recepção. A segunda é de ordem metodológica, dizendo respeito à co-responsabilização, interacção, aconselhamento e avaliação, processos nos quais se possam envolver não apenas os actores mais directamente ligados à TV, mas novos actores e grupos e instituições sociais. O pressuposto subjacente a esta segunda vertente é o de que *a qualidade de um serviço público se afirma não apenas pelos conteúdos que difunde mas igual-*

¹⁹ Na linha daquilo que José Neves escreveu no *Público* de 23 de Maio de 2002: “Questione-se a possibilidade de a televisão ser – com serviço público ou sem serviço público, seja em Carnaxide ou seja em Havana – um instrumento de comunicação democrático. Ou se, por contraponto a esta possibilidade, o ecrã é irreversivelmente uma parede de vidro que apenas permite a circulação de cultura de dentro para fora da caixa. (...) Não proponho a demissão de uma arena importante como o é a imagem televisiva. Antes se exige, para além da defesa de uma televisão pública (e já agora de um serviço público de governo), o fim do monopólio da emissão televisiva por parte do Estado e dos privados-não-privados-de-fortuna. Pugnemos para que aquele que apenas é consumidor e objecto-produto televisivo possa ser também sujeito-produtor televisivo, algo que sucede já em alguns projectos televisivos por essa contra-Europa fora”.

²⁰ Ver, a este propósito, o artigo “O falso problema da RTP”, de J. M. Consiglieri Pedroso e M. Pedroso Lima, publicado no *Expresso* em 15 de Junho de 2002.

mente pelos processos de participação sociocultural que promove e valoriza. Nos pontos que se seguem trataremos transversalmente as duas dimensões. Ainda em jeito introdutório, importa sublinhar que o debate sobre o serviço público, a definição e crítica das políticas e a acção do operador público ocorrem cada vez mais sob um intenso e exigente escrutínio público e em interacção (e comparação) com a performatividade e as opções dos operadores comerciais de televisão. Nesta esfera pública de controvérsia e análise, o serviço público posiciona-se como proposta diferenciada, sem subserviência face ao Estado, mas também sem sobrançeria relativamente ao mercado. As modalidades de participação dos cidadãos são múltiplas e admitem caminhos e estratégias que não podem ser de todo tipificados ou antecipados. Consideram-se aqui, designadamente, os níveis individual, associativo, representativo e educacional²¹.

4.1. A acção individual – O nível de acção individual é o início e o termo, o agente desencadeador da participação dos cidadãos e, ao mesmo tempo, o seu resultado. Afirma-se pela tomada de consciência do uso próprio da televisão, do papel desta na vida pessoal, familiar, social. Subentende a informação e documentação e um nível elementar de conhecimento do universo televisivo e mediático. Pode exprimir-se de modos vários e, nomeadamente, através do aplauso daquilo que é bem feito ou da crítica do que não tem qualidade ou é degradante, ou ainda da sugestão do que deveria ser proporcionado por um determinado canal. O correio electrónico, o correio normal, o fax, a carta ao director de um jornal permitem dar conta de opiniões, posições e sentimentos relativamente à actividade do operador televisivo.

4.2. A dimensão associativa – A eficácia da acção dos cidadãos e da opinião pública junto do poder político ou televisivo depende, em grande medida, da capacidade organizativa e do peso e visibilidade da acção. As *associações de telespectadores* têm, como o comprova a experiência de outros países, um papel fundamental, até porque lhes cabe, nos termos da legislação vigente, uma presença e uma voz em diferentes instâncias nas quais se equaciona, projecta e avalia a acção das televisões, nomeadamente dos canais públicos. Mas também às *associações de consumidores* caberia certamente um papel de destaque neste âmbito, se pautassem a sua actividade por uma concepção de consumidor centrada não apenas em produtos e serviços, mas igualmente nos bens simbólicos, como é o caso da televisão, do audiovisual e dos novos *media*. Algo de análogo poderia ser dito relativamente aos movimentos e grupos ambientalistas, na medida em que a televisão e os *media* configuram, como

²¹ Esta parte, reformulada e mais desenvolvida, retoma alguns pontos que esboçámos num texto que incorporou o *dossier* dedicado ao serviço público de televisão e publicado no n.º 11 (Julho-Setembro de 2002) da revista *JJ – Jornalismo e Jornalistas*, com o título “Estado, Mercado e Sociedade”.

apontámos anteriormente, um ecossistema cuja qualidade constitui factor de peso na qualidade de vida geral (Pinto, 2002). Cabe igualmente neste âmbito a acção de associações e organizações que têm uma esfera de acção directa ou indirectamente ligada com a televisão, ao nível da criação e produção cultural, da animação e programação, da formação permanente, etc.

4.3. A via representativa e as instâncias de regulação – Aos eleitos pelo povo cabe, em democracia, a tarefa de fazer as leis e, nas condições previstas, exercer o poder de governo. Muito do que se decide ou deixa de decidir depende não apenas de orientações ideológicas e programáticas, mas igualmente da correlação de forças em cada momento bem como das percepções sobre o estado da opinião. A acção junto dos deputados, dos partidos, das comissões parlamentares, do Governo e mesmo do Presidente da República, através do contacto directo, da sensibilização e da informação, pode ter o seu lugar. Mas importa considerar aqui, sobretudo, aquelas instituições que emanam do quadro constitucional e normativo e que se destinam, precisamente, a assegurar que os direitos dos cidadãos não sejam esquecidos. É o caso, no nosso país, da *Alta Autoridade para a Comunicação Social*. Segundo a lei, cabe-lhe, designadamente, zelar pela independência dos órgãos de comunicação social perante os poderes político e económico; salvaguardar a possibilidade de expressão e confronto, através dos meios de informação, das diversas correntes de opinião; e contribuir para garantir a independência e o pluralismo dos órgãos de comunicação social pertencentes ao Estado e a outras entidades públicas ou a entidades directa ou indirectamente sujeitas ao seu controlo económico. Constitui, assim, um interlocutor incontornável, do ponto de vista do exercício da cidadania face ao serviço público. Noutra plano, é também o caso do *Conselho de Opinião* do operador público de televisão. A lei criou este órgão como instância de acompanhamento daquele operador. É composto por representantes dos poderes legislativo e executivo, das regiões autónomas, dos trabalhadores da RTP e de um vasto leque de instituições socioprofissionais, científicas, desportivas, religiosas e culturais da sociedade civil. O seu poder de intervenção varia conforme as lideranças de cada momento, mas cabe-lhe uma missão que pode ser relevante no acompanhamento e avaliação da programação do operador público. A prática das audições públicas, devidamente objectivadas e difundidas, constitui uma forma de acção de órgãos deste tipo corrente noutros países, que em Portugal não tem ainda expressão.²²

4.4. A acção das instituições educativas – Sabe-se que o simples acto de ver é muito mais complexo do que a opinião corrente tende a fazer crer. Aquilo

²² Veja-se, para o caso do Canadá, o modo como a CRTC – Canadian Radio-television and Telecommunications Commission valoriza e suscita a participação do público nos processos de tomada de decisão (cf. <http://www.crtc.gc.ca/eng/publicpar.htm>).

que um telespectador incorpora de seu e da sua circunstância na sua relação com o ecrã depende em grande medida dos recursos simbólicos que possui. A formação de utilizadores dos meios de comunicação com capacidade de analisar criticamente a oferta, de tomar decisões esclarecidas face a essa oferta e de exercer os seus deveres e direitos de cidadania (como por exemplo o direito de resposta, de rectificação, de sugestão, etc.) constitui um terreno em que as instituições educativas podem desempenhar um papel relevante e, em certa medida, insubstituível. É vasto o campo de acção que aqui se abre, tanto do ponto de vista da formação para um consumo crítico, como mesmo do ponto de vista da própria produção, com notórias repercussões na relação das pessoas com os *media* e, em particular, com a TV. Se as instituições educativas em geral – e não apenas as escolares – podem intervir activamente naquilo que tem sido designado por literacia mediática, educação para os *media* ou educação para a comunicação, as universidades e outras instituições de ensino superior podem realizar um acrescido e decisivo papel ao nível da produção de conhecimento, do experimentalismo e da criação audiovisual e multimédia.

4.5. Outras modalidades de intervenção – Não se pode esquecer que os *media* constituem, também eles, uma agência e uma expressão da cidadania, pelo que uma estratégia de maior participação dos cidadãos face a eles e, em especial face à televisão, designadamente a pública, não pode deles prescindir. A criação da figura do provedor do telespectador, que alguns canais, no estrangeiro, seguiram²³, constitui pelo menos uma porta de diálogo entre os telespectadores e as empresas. A exemplo da já consolidada experiência no âmbito da imprensa, cabe-lhe uma tarefa de acolhimento, de intermediação e de ligação entre o canal e o seu público. No quadro de um operador de serviço público justifica-se, por maioria de razão, a criação desta função. Por outro lado, a cobertura dos assuntos comunicacionais e mediáticos por parte dos meios de comunicação social que, no caso português, adquiriu significado e expressão a partir da segunda metade dos anos 90, constitui um contributo que muito pode ajudar os cidadãos a compreender melhor a problemática da oferta dos *media* e os aspectos mais salientes que se colocam a montante e a jusante dessa oferta. Neste sentido, seria importante que o mundo da TV se tornasse matéria de tratamento nos vários canais, mas em particular no quadro do serviço público. Ajudar as pessoas a perceber o que está para lá e para cá do pequeno ecrã, o que se passa nos bastidores dos programas ou dos serviços noticiosos, os constrangimentos

²³ É o caso das televisões públicas francesa e suíça de expressão francófona. Neste último caso funciona ainda uma Autoridade Independente de Apreciação de Queixas relativas à Radiotelevisão, queixas que podem ser colectivas, quando formuladas por pelo menos vinte cidadãos, ou individuais (cf. <http://www.ubi.admin.ch/f/index.htm>). Por sua vez, o Conselho do Audiovisual da Catalunha constituiu em Dezembro de 2001 o Fórum dos Cidadãos Utilizadores do Audiovisual, constituído por associações de diversa natureza, instituições educativas e culturais, com o objectivo de estudar medidas que promovam a qualidade dos conteúdos e o bom uso dos *media*. Além de que, no âmbito do mesmo Conselho, funciona também a Oficina de Defesa da Audiência para receber reclamações individuais ou colectivas relativas ao conteúdo da programação e da publicidade (cf. <http://www.audiovisualcat.net/>).

e as possibilidades que decorrem de uma organização de natureza empresarial, as dificuldades e os critérios na escolha das grelhas e dos assuntos escolhidos para tema das emissões – tudo isso poderia contribuir para que a relação com o pequeno ecrã pudesse, sem perder o seu encanto, ser mais crítica e esclarecida.

Conclusão

No presente texto, procurámos chamar a atenção para duas ideias de fundo e que afloram em diversas partes do escrito. A primeira recorda-nos que, diante do universo televisivo, apresente-se este sob a forma de canais públicos ou de canais privados, somos em primeiro lugar pessoas e cidadãos, com direitos e obrigações.

A segunda ideia sublinha que a participação dos cidadãos enquanto tal é ou deverá ser intrínseca da ideia de serviço público de televisão, pelo que este serviço só se justifica inteiramente quando e na medida em que conte com eles em todas as etapas e dimensões, desde a definição política, às formas de concretização e à respectiva avaliação.

A ideia da participação, que alguns estudos recentes sobre o serviço público têm vindo a salientar, comporta uma dupla incidência: por um lado, refere-se à definição e monitorização dos conteúdos e, em geral, da oferta do SPT; por outro, refere-se à própria participação como um valor, como um parâmetro de aferição da vida pública democrática, num terreno de grande relevância no quotidiano dos cidadãos.

Além disso, a participação dos cidadãos no serviço público, individualmente ou através de estruturas associativas e institucionais diversas, constitui um direito e um dever que se inscrevem nos direitos e deveres fundamentais que a Constituição consagra. E compromete não apenas os próprios cidadãos, mas o poder político, as entidades reguladoras e, por maioria de razão, o próprio operador a quem cabe a prestação do serviço público de televisão.

É por esse motivo que, do nosso ponto de vista, os caminhos que vierem a ser adoptados para o serviço público deverão ser analisados à luz do critério que consiste em saber que lugar é atribuído aos cidadãos na definição, acompanhamento e avaliação do seu serviço público. Não se trata de criar nichos – eventualmente um canal – em que seja possível tal participação. Trata-se de orientar a totalidade da prestação do operador público por esse critério.

Aquilo que desencadeou o debate público sobre o futuro da RTP, na sequência da tomada de posse do XV Governo Constitucional foi, antes de mais, a preocupação meritória de corrigir e inverter uma situação empresarial inaceitável e improrrogável²⁴. Falta, agora, fazer o mais importante.

²⁴ Isso mesmo concluiu José Pacheco Pereira, quando escreveu no *Público* de 9 de Maio de 2002: “Lamento que o Governo tenha aqui escolhido um caminho que, se não existissem os constrangimentos financeiros actuais, seria de continuidade”.

QUADRO CRONOLÓGICO DA IDEIA DE PRIVATIZAÇÃO DA RTP

22/7/1995 – É divulgada uma proposta da APET (Associação Portuguesa de Espectadores de Televisão), que propõe a privatização do Canal 1 e o alargamento do serviço público a todos os operadores interessados.

25/10/1997 – Marcelo Rebelo de Sousa, então líder do PSD, ameaça propor no Parlamento a privatização da RTP, se se mantiver a alegada "manipulação, parcialidade, injustiça e ineficácia da televisão pública".

7/11/1997 – Na discussão do Orçamento de Estado para 1998, o PSD volta a insistir na ideia da privatização da RTP e da RDP.

22/4/1998 – O PSD apresenta na Assembleia da República um projecto de lei de privatização da RTP.

25/9/1999 – Em declarações ao *Expresso*, o ministro das Finanças, Sousa Franco, declara-se favorável à privatização da RTP (com excepção da RTP1 e RTP África).

25/10/1999 – Em entrevista à *Focus*, o primeiro-ministro António Guterres considera que a eventual privatização da RTP não constitui tabu ideológico, mas que o problema não se colocará nos próximos quatro anos.

29/06/2000 – O ministro dos Negócios Estrangeiros, Jaime Gama, defende, em entrevista à *Visão*, ser favorável à privatização da RTP1, contrariando assim a posição oficial do Governo que integra.

24/07/2000 – O texto 'RTP1: o preço de uma privatização', de Arons de Carvalho no *Público*, argumenta contra a ideia de privatização do operador público.

24/11/2000 – O PSD apresenta um "programa de emergência para a economia portuguesa" que propõe, designadamente, a privatização da RTP para equilíbrio das contas públicas.

22/01/2001 – Guilherme d'Oliveira Martins, ministro com a tutela da Comunicação Social, afasta o cenário de privatização de qualquer dos canais da RTP. Em entrevista ao *Expresso*, de 10 de Fevereiro seguinte, reitera esta orientação, afirmando ser preciso lançar uma acção que permita perceber o que é o serviço público e fazer com que ele seja compreendido pelos telespectadores.

Fonte: Para o período 1995-1999, Pinto *et al.* 2000

Referências bibliográficas

- BARRETO, A. (org.) *A Situação Social em Portugal 1960-1999*. Lisboa: ICS, 2000.
- DEBRAY, R. (1994) "Comment des idées deviennent des forces matérielles". *Sciences Humaines*, n. 38, Abril, pp. 23-24.
- GOMES, M. C.; ÁVILA, P.; SEBASTIÃO, J.; FIRMINO COSTA, A. (2002) *Novas Análises dos Níveis de Literacia em Portugal*. Actas do IV Congresso Português de Sociologia. Lisboa: APS (em suporte CD-ROM).
- JENSEN, K. B.; ROSENGREN, K. E. (1990) "Five Traditions in Search of the Audience". *European Journal of Communication*, vol. 5, pp. 207-238.
- KAUFER, D. S., & CARLEY, K. M. (1993). *Communication at a Distance: The Influence of Print on Sociocultural Organization and Change*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- MITCHELL, J.; J. G. BLUMLER (1994) (eds.) *Television and the Viewer Interest*. London/Paris/Rome: John Libbey.
- OROZCO, G. (1992). "Televisión pública y participación social: al rescate cultural de la pantalla". *Diálogos de la Comunicación*, n.º 33, pp. 4-11.
- PINTO, M. (2002) "Estado, Mercado e Sociedade", in dossier "RTP: que serviço público?", *JJ - Jornalismo e Jornalistas*, n.º 11 (Julho-Setembro).
- PINTO, M. ET AL. (2000) *A Comunicação e os Media em Portugal 1995-1999 - Cronologia e leitura de tendências*. Braga: DCC/Universidade do Minho.
- RABOY, MARC (1994) "The Role of the Public in Broadcasting Policy-Making and Regulation". *European Journal of Communication*, vol. 9 (1), pp. 5-23.
- REIER, BO (1998) "Crisis? What crisis? Analysing audience studies". *Nordicom Review*, vol. 19, n.º 1.
- SICARD, MONIQUE (1998) « Éco, médio, la paire imparable », in *Les Cahiers de Médilogie*, n. 6, p. 84.
- SOUSA, HELENA (1996) *Communications policy in Portugal and its links with the European Union* (tese de doutoramento). London: City University.
(http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php3?html2=sousa-helena-chap-00-tese-index.html)
- STRATE, LANCE (1996) Containers, Computers, and the Media Ecology of the City, in *Media Ecology a Journal of Intersections*, Fall 1996.
(http://raven.ubalt.edu/features/media_ecology/articles/96/strate1/strate_1.html)
- TALBOTT, STEPHEN L. (1996) *Media Ecology: Taking Account of the Knower*.
<http://www.oreilly.com/people/staff/stevet/papers/knower.html>
- URRY, J. (1999) "Globalization and Citizenship". *Journal of World Systems Research*, vol. 5 (2).
(http://csf.colorado.edu/jwsr/archive/vol5/vol5_number2/index.shtml)

III. RTP e serviço público

– Um percurso de inultrapassável dependência e contradição

Helena Sousa e Luís António Santos*

A problematização do Serviço Público de Televisão em Portugal e da sua relação com os telespectadores passa necessariamente pela história política e económica da Radiotelevisão Portuguesa (RTP). É impossível compreender a complexa relação com os seus públicos, e com a sociedade portuguesa em geral, sem um recuo no tempo, sem um olhar sobre o passado desta empresa e sobre o ambiente em que ela se implantou. Este capítulo pretende apresentar alguns elementos que contribuam para a compreensão deste presente, visa equacionar algumas questões que possam ajudar a explicar o *statu quo*. Olhando para a história do país e da RTP, procuraremos demonstrar que servir o público nunca fez parte das preocupações nucleares deste Serviço Público. Independentemente das formas como poderia ter sido auscultado o interesse público, esta dimensão jamais adquiriu alguma centralidade. No essencial, a RTP manteve e perpetuou uma lógica de funcionamento de relevante prestação de serviço, mas ao poder político.

Tornar habitual a ordem

Nascida em 1956, a Radiotelevisão Portuguesa, SARL (RTP) é o resultado dos esforços de uma série de ‘reformadores’ do Regime, mas reflecte, claramente, todas as apreensões de uma estrutura dominante céptica e desconfiada. As in-

*Docentes da Universidade do Minho (helena@ics.uminho.pt; lsantos@ics.uminho.pt).

quietações avançadas, em 1935, pelo director do Secretariado de Propaganda Nacional, António Ferro, na inauguração da Emissora Nacional, sugeriam, desde logo, que o Estado entendia como natural uma postura instrumentalizadora dos órgãos de comunicação – “A primeira grande interrogação de quem toma posse deste lugar é a seguinte: deve a Emissora Nacional acompanhar o gosto do público ou dominá-lo? (...) A Emissora renunciaria ao seu programa essencial, ao próprio título de nobreza que contém o seu nome, se passasse o tempo a satisfazer as exigências mediócras de certas camadas da população de radiouvintes, que precisam de ser orientadas, ensinadas e nunca lisonjeadas nas suas baixas tendências. (...) Este organismo falhará, na verdade, se não for, em todas as horas, para além da objectiva propaganda política, o porta-voz da revolução libertadora e renovadora que lhe deu o ser” (1935). Na essência, este entendimento muito particular manter-se-ia, quer ao nível do discurso quer ao nível da prática, inalterável até 1974.

O projecto de Dec.-Lei de 1955 para a criação da RTP continha cláusulas sobre a suspensão do serviço pelo governo e sobre a eventual substituição da empresa concessionária, sempre que isso fosse do interesse nacional (Teves, 1998:30). O então ministro da Presidência, Marcello Caetano, liderou todo o processo de estruturação e fundação da nova empresa de teledifusão com entusiasmo pessoal, desde as regras de concessão às questões mais técnicas. De imediato, ficariam, porém, bem explícitos receios e cautelas do Estado Novo face ao meio que dava ‘dores de cabeça’ a Salazar: “A televisão é um instrumento de acção, benéfico ou maléfico, consoante o critério que presidir à sua utilização. O governo espera que os dirigentes do novo serviço público saibam fazer desse instrumento um meio de elevação moral e cultural do povo português” (Teves, 1998: 31).

Indubitavelmente, a RTP iria ser, em simultâneo, repositório e catalisadora de muito mais do que isso. Ainda que controlada e clinicamente amputada, a ficção internacional (sobretudo anglófona) trazia aos portugueses imagens de outros universos sociais e impressões de outros ambientes. A telescola cumpriu um papel de relevo no combate à volumosa iliteracia; a produção de ficção nacional (nomeadamente os teleteatros) aproximou a audiência de textos literários relevantes; os concursos e os espaços de entretenimento divulgaram pessoas e actividades até então desconhecidas do grande público e a emergência de programas temáticos de grande sucesso (como a ‘Conquista do Espaço’, de Eurico da Fonseca; ou o ‘TV Rural’, de Sousa Veloso) contribuiu decisivamente para aquilo que é entendido como o processo ‘silencioso’ de mudança social que ajudou, em última análise, a criar as condições para o sucesso do 25 de Abril. Esta transformação social não aparente era contrária a alguns dos dogmas ideológicos do Estado Novo, embora estivesse intimamente ligada à estrutura de prioridades económicas e políticas do Estado.

Concebida à luz de uma visão predominantemente financeira do Estado, a proposta de uma sociedade ordenada (de matriz corporativa) – como contra-modelo simultâneo a uma estruturação capitalista e a uma proposta ausência de estruturas socialista – provou ser uma prioridade de segunda grandeza, como o foram a construção de estradas ou a electrificação; serviu, sobretudo, um propósito, ao invés de ser um sólido objectivo político. A ‘estrutura orgânica’ da nação portuguesa foi, portanto, sempre assumida como um dado adquirido e, acima de tudo, imutável. Acresce a isto a noção de que uma tranquilidade derivada da ordem seria suficiente para preservar o incoerente ‘estatismo orgânico’ e para o manter sob controlo, quaisquer que fossem as mudanças sociais ou económicas ocorridas.

Na realidade, o gradual afastamento de noções fisiocráticas de desenvolvimento económico indiciava que os planos de uma nação pacífica e contente – onde a tranquilidade rural seria o objectivo da maioria e onde a urbanização e o desenvolvimento de infra-estruturas apareciam apenas como necessidades – estavam em perigo, apesar de o discurso oficial os manter como propostas viáveis, pelo menos até ao desaparecimento de Salazar¹.

O papel cada vez mais relevante do desenvolvimento industrial aliado à implantação geográfica das novas unidades e às restrições salariais impostas pelo Estado foram determinantes para o aumento dos fluxos migratórios, tanto dentro como para fora do país. As deslocações sazonais ligadas ao calendário rural – comuns, pelo menos, até à década de 30 – começariam a ser gradualmente substituídas por movimentos mais permanentes e, na generalidade, unidireccionais, ou seja, do interior agrário para o litoral mais industrialmente desenvolvido. Além disso, o migrante médio mudava de profissão à chegada, sobretudo para actividades ligadas ao sector secundário². Os que escolhiam sair eram também diferentes dos que o haviam feito décadas antes. Tratava-se agora fundamentalmente de homens jovens, viajando sem as famílias e escolhendo como destino a Europa³.

A referida urbanização de um número considerável de trabalhadores agrários⁴ e a crescente proximidade entre os que ficavam no país e os que escolhiam

¹ Uma das mais exemplificativas imagens da percepção que Salazar tinha da ‘normalidade específica’ portuguesa e do seu apego a uma certa ‘paisagem moral’ pode ser avaliada a partir do conteúdo de uma carta de 1962 ao responsável máximo da multinacional Coca-Cola para a Europa, A. Makinsky. Justificando a sua oposição ao aparecimento daquela marca no Mercado português, Salazar diria: “Portugal é um país conservador, paternalista e – Deus seja louvado – ‘atrasado’, termo que eu considero mais lisonjeiro que pejorativo. O senhor arrisca-se a introduzir em Portugal aquilo que eu detesto acima de tudo, ou seja, o modernismo e a famosa efficiency’. Estremeço perante a ideia dos vossos camiões a percorrer, a toda a velocidade, as ruas das nossas velhas cidades, acelerando, à medida que passam, o ritmo dos nossos hábitos seculares” (citado em Mónica, 1996: 23).

² Sobre movimento migratórios internos no período pós-Segunda Guerra Mundial e sobre a crescente desertificação demográfica do interior em favor dos centros industrializados, como Lisboa e Setúbal, ver Barreto e Mónica (1999: 459-460), Rosas e Brito (1996, Vol. II: 561-565) e Ferrão (1996: 33-51).

³ Para uma leitura complementar, ver Rosas e Brito (1996: 294-297), Rosas (1994a: 423) e Ferrão (1996: 37).

⁴ Autores como Ferrão consideram que tal processo não deveria *strictu sensu* ser considerado como ‘urbanização’, sobretudo porque tal conceito pode levar-nos a inevitáveis comparações com fenómenos semelhantes ocor-

procurar novos rumos em países necessitados de mão-de-obra, como a França e a República Federal Alemã⁵, contribuíram para a adopção de novos padrões de comportamento e consumo, auxiliados por um aumento nos níveis de literacia e por um mais fácil acesso a meios de comunicação social nacionais e estrangeiros.

A RTP integra-se, assim – mais por arrastamento do que por intenção expressa –, neste lento mas continuado movimento de transformação que, sobretudo depois de 1960, possibilita uma maior complexificação e interligação do tecido social português. Com as devidas ressalvas, é possível falar, pela primeira vez, em sinais de homogeneidade que, definitivamente, começam a diluir a – até aí – quase estanque dualidade (aos níveis social, económico e geográfica) que caracterizava o país no início do Estado Novo. Factores como um melhorado sistema de estradas, a acima mencionada transmigração de mão-de-obra e, até mesmo, a circunscrição militar (num período de doze anos mais de um milhão de jovens portugueses viajaram continuamente dentro do país e para os territórios africanos) tiveram um papel igualmente relevante no despertar de um auto-conhecimento e, também, na emergência de áreas da vida social potencialmente contenciosas (Barreto, 1996: 36-37).

Embora este processo espelhasse – se bem que com algum atraso – o sucedido noutros países europeus, dois factores relevantes condicionaram a sua singular evolução: em primeiro lugar, o ritmo de mudança foi muito mais rápido; em segundo lugar, aconteceu na sombra de um sistema político formalmente imutável, atento a qualquer tipo de dissidência, enérgico a combater aquilo que percepcionava como pronunciamentos e iniciativas externas hostis e, acima de tudo, absolutamente contrário a qualquer passo no sentido de um modelo de governação participada.

Depois da subida ao poder de Marcello Caetano, em 1968, a RTP (também, nesse ano, com acesso a um 2º canal) passa a disponibilizar mais horas de programação, com mais variedade temática, e adopta claramente uma nova estratégia de relacionamento com uma crescente audiência. A programação aparenta reflectir um ligeiro abrandamento no controlo estatal (foi possível, por exemplo, assistir a peças de teatro de García Lorca), mas a informação dá passos muito significativos no sentido da ostensiva propaganda (ver Cádima, 1996: 201-333). Enfrentando as emergentes dificuldades que resultavam do processo social de integração interna/maior contacto com o exterior e do envolvimento do país num conflito militar em três frentes, o governo de Marcello Caetano adopta (aqui, como noutras áreas) uma postura com tanto de tentada conciliação de interesses como de inultrapassável contradição. A

ridos noutros países europeus. O termo correcto deveria ser suburbanização, uma vez que os fluxos migratórios internos quase nunca tinham como ponto de chegada as cidades, mas antes as localidades vizinhas (1996).

⁵ Este novo emigrante é apropriadamente descrito como um 'trabalhador no estrangeiro e noivo na terra' (Bandeira, 1993, citado em Ferrão, 1996: 36).

amalgama resultante de uma programação mais ‘aberta’ com uma informação ainda mais controlada e direccionada teria como objectivo supremo (porventura tão ingénua como absurdo) aumentar a proximidade entre governantes e governados, como tão exemplarmente demonstrou o próprio presidente do Conselho com as suas ‘Conversas em Família’. Sob a liderança de Ramiro Valadão, a RTP iria, nos primeiros anos da década de 1970, manter-se ainda mais fiel à intenção de cumprir claros “objectivos políticos” de “orientação” da opinião pública. Poderá, em abstracto, argumentar-se que havia mudado a postura e o estilo de quem exercia o seu poder sobre a RTP, que o esforço continuado de inúmeros profissionais ajudou a alterar a forma como os portugueses se viam e viam o exterior e que a crescente integração da empresa em organismos internacionais de televisão a tornava mais permeável a influências renovadoras. A validade de tal postulação não ilude, porém, o essencial: a televisão estatal portuguesa foi criada e consolidada sob pressupostos de apertado controlo e sem interesse visível pela opinião do público. Este quadro – tanto de acção como de estrutura ideológica – permaneceu, no essencial, imutável até ao fim do Estado Novo, como é visível nas palavras do deputado Manuel José Homem de Mello, durante um debate na Assembleia Nacional, em finais de 1972: “Acrece que se trata de um meio de comunicação por tal forma poderoso e sedutor que o Estado tem o dever de zelar pela respectiva utilização, evitando que possa ser colocado ao alcance de hábeis manipuladores de opinião pública – insuficientemente preparada para se defender da forma mais lúcida e conveniente”.

A oportunidade da liberdade

No dia 25 de Abril de 1974, foi a rádio que informou os portugueses da mudança política em curso, mas foi a televisão que mostrou, pela primeira vez, os rostos de alguns dos protagonistas. O país esperou pela 1h23 horas já do dia 26 para conhecer a Junta de Salvação Nacional e para ouvir a proclamação do Presidente da República indigitado, o general António de Spínola. O ambiente de auto-gestão eufórica dos primeiros dias sem ‘exame prévio’ seria, no entanto, substituído por um visível jogo de forças – espelho da actividade política e social do instante – que afastaria qualquer possibilidade de discussão séria e fundamentada sobre o destino da RTP como Serviço Público de Televisão e que a deixaria, em termos de gestão de conteúdos, nos antípodas do proposto, durante a emissão do Telejornal de 3 de Maio de 1974: “a intenção de se manter numa linha de equilíbrio entre as diversas forças políticas, com absoluto respeito pelas correntes de opinião venham elas donde vierem e dando a todas, da direita e da esquerda, as mesmas possibilidades” (citado em Teves, 1998: 209).

Foi o próprio MFA que abriu as portas a um novo ciclo de controlo político da RTP e de outros importantes meios de comunicação social ao implementar medidas que dessem resposta conjunta a duas preocupações: a destruição dos mecanismos repressivos de liberdade de expressão próprios do antigo regime e a garantia de que o novo poder político manteria acesso privilegiado aos órgãos de informação de maior audiência (Mesquita, 1994: 366). Assim, a abolição da censura e do exame prévio foi acompanhada da criação de uma comissão *ad-hoc*, para controlo da imprensa, rádio, televisão, teatro e cinema, “de carácter transitório” e directamente dependente da Junta de Salvação Nacional⁶.

Do ponto de vista formal, o Estado foi célere na aprovação de uma nova Lei de Imprensa (em preparação desde Agosto de 1974 e publicada em 26 de Fevereiro de 1975), mas foi bem mais prudente na definição de um regime legal para o audiovisual (a Lei da Televisão só seria aprovada em 1979), indicando, desta forma, a sua reduzida apetência para alterar procedimentos e enquadramentos nos *media* electrónicos. Os acontecimentos do 11 de Março de 1975 precipitaram uma ainda mais clara instrumentalização dos meios de comunicação social em geral – a nacionalização da banca e dos seguros é apontada como responsável pela nacionalização de inúmeros títulos da Imprensa – e da RTP em particular, ao serviço da construção de uma ‘democracia popular’, onde a liberdade era encarada como um conceito flexível⁷. O VI Governo Provisório, que entra em funções depois do chamado ‘Verão Quente’, tem – pelo menos até ao 25 de Novembro – alguma dificuldade em controlar o estado de ‘aparente anarquia’ de que se queixava, à época, Melo Antunes (Mesquita, 1994: 382) e avança para uma solução que procura restituir a primazia ao governo – a nacionalização⁸. Ao consagrar o princípio, herdado do Estado Novo, de que a televisão não poderia ser objecto de propriedade privada, a Constituição de 1976 afastou, em definitivo, qualquer possibilidade de a mudança política ter aberto um espaço de reflexão e de reformulação do serviço televisivo nacional. O preceito constitucional não teve acolhimento unânime, mas as discussões centravam-se, sobretudo, na questão da propriedade (aventando-se a possibilidade de concessão de exploração), denotando a permanência de uma observação quase exclusivamente centrada no relacionamento Estado-operador.

A RTP continuou, assim, a ser vista pelos inúmeros e sucessivos ‘vencedores’ da revolução como instrumento de mobilização e de acção política⁹ e a ser controlada directamente pelos sucessivos governos. No espaço de uma década,

⁶ A constituição desta comissão *ad-hoc* mudou frequentemente seguindo, de perto, a indicação de predominância de uma ou outra facções no seio do MFA e na Junta de Salvação Nacional. Uma parcialidade negativa relativamente aos meios mais abertamente apoiantes de tendências esquerdistas foi, depois do 28 de Setembro, substituída por um pendor de natureza precisamente contrária. De 6 de Setembro de 1974 a 28 de Fevereiro de 1975, a comissão suspendeu 28 publicações abertamente ligadas à Igreja Católica (Mesquita, 1988: 89).

⁷ Ver entrevista de Vasco Gonçalves ao *Diário de Notícias*, 25.04.1975.

⁸ A RTP transformou-se numa empresa pública, passando de Radiotelevisão Portuguesa S.A. a Radiotelevisão Portuguesa, EP (Decreto-lei nº 674-D/75 de 02.12.75).

⁹ A título de exemplo, recorde-se, ainda, a perplexidade da célula dos trabalhadores comunistas da RTP face à postura da estação na sequência dos acontecimentos do 11 de Março de 1975: “Enquanto os outros órgãos

depois de 1974, os onze lugares do Conselho de Administração da empresa e as vinte directorias foram, respectivamente, ocupadas por 80 e 130 pessoas, cujas qualificações para o exercício das funções eram menos relevantes do que a sua filiação política (Optenhogel, 1986: 243).

Um período – o de 1977 a 1980 – parece ter ficado na história da empresa como o de maior proximidade com o que poderia considerar-se uma intenção de serviço público. Durante a gestão de João Soares Louro, a RTP adopta, pela primeira vez, uma estratégia de programação alternativa para o 2º canal – pretendendo ‘ter em conta as aspirações das pessoas’, mas tentando também apresentar-lhes aquilo a que, de outra forma, não teriam acesso¹⁰ – e avança com medidas concretas para a autonomização financeira da empresa. Trata-se, ainda assim, de uma opção de gestão, eventualmente fundamentada em percepções e contacto com outras realidades, mas nunca resultante de uma reflexão alargada e participada.

A vitória eleitoral da Aliança Democrática (AD), em 1980, implicou uma mudança de rumo e as subsequentes administrações optam por dar corpo à nova dupla prioridade do governo – saneamento financeiro e incremento da instrumentalização. Como admitiria Victor Cunha Rego – o primeiro presidente do Conselho de Administração nomeado pela AD – “a imparcialidade na televisão estatal era impensável”¹¹.

A revisão constitucional de 1982 manteve inalterada a exclusividade estatal no domínio da actividade televisiva, embora as pressões para uma mudança significativa fossem, nessa altura, já muito mais visíveis. Invocando a Concordata e a própria Constituição, a Igreja Católica pediu aos governos da AD a concessão de um canal regional de televisão¹². A pretensão esbarrou na falta de consenso parlamentar, mas tornou o tema politicamente incontornável nos anos seguintes. A adesão de Portugal à Comunidade Económica Europeia proporcionou ao país um significativo crescimento económico (aumentando o potencial mercado publicitário), mas também trouxe um incremento nas pressões, internas e externas, para a abertura da TV à iniciativa privada. A mudança de posição do Partido Socialista, a partir de meados da década de 1980¹³,

de comunicação social se mobilizavam rapidamente ao lado do MFA e das massas populares, num admirável esforço conjunto para enfrentar e aniquilar o criminoso golpe fascista e para manter alerta a vigilância popular, a Comissão da RTP prosseguia uma linha de incompreensível neutralidade – tanto mais incompreensível quanto é certo tratar-se do meio de comunicação social com maior impacto junto das vastas camadas da população” (citado em Teves, 1998: 218).

¹⁰ *Público* (08.04.1994), “Tendências e dependências no Audiovisual”, dossier “20 Anos – 25 de Abril”.

¹¹ Citado em Bruneau (1986), p. 173.

¹² A Igreja Católica apresentou requerimentos ao governo em 29 de Dezembro de 1980 e em 6 de Abril de 1981 (ver Carvalho, 2002: 15).

¹³ Segundo Alberto Arons de Carvalho (2002: 16), a mudança acontece ainda em 1985. Durante o debate parlamentar sobre a concessão de um canal à Igreja, dois deputados do PS, Raul Junqueiro e Jorge Lacão, admitem a possibilidade de se conceder a exploração de um canal de televisão à iniciativa privada. Ainda em 1985, o programa de governo que a liderança de Vítor Constâncio submete ao plebiscito popular dá à nova postura um carácter mais formal, propondo ‘eliminar o impedimento constitucional ao acesso à actividade de radiotelevisão por parte do sector corporativo ou privado’.

garantiu a existência de um consenso político-parlamentar suficiente para tornar irreversível o processo. As eleições de Julho de 1987, após a dissolução do Parlamento, viriam a transferir para o primeiro governo de maioria absoluta do PSD, liderado por Cavaco Silva, a incumbência de dar forma ao processo. Mais de uma década depois da revolução, a televisão continuava, porém, a ser equacionada quase exclusivamente em termos de propriedade e o operador estatal não tinha tido a oportunidade de se reinventar. Os líderes democratas deram-se bem com a herança do Estado Novo e, no essencial, quando alcançaram o poder, fizeram o possível por garantir da RTP uma prestação ‘tranquila’. O público era, claramente, distinto e com novos interesses e motivações, mas a televisão nunca teve outra opção senão manter-se fiel à sua essência fundadora – servir o poder político.

O Portugal que entrava na Comunidade Económica Europeia tinha, depois do 25 de Abril, acelerado o ritmo das mudanças em curso desde a década de 1960. O país libertou-se formalmente da ligação a África e encontrou novos espaços de democratização da vida política, novas formas de relacionamento social e, significativamente, diferentes regras de comportamento individual. A população – do ponto de vista demográfico – também não era a mesma. A emigração decresceu e Portugal começou a deixar de ser país de partida, para se transformar gradualmente em país de chegada (a singularidade do fenómeno ‘retornados’ aumentou, no espaço de meses, a população em cerca de 7%). A abertura económica incentivou o contacto com capitais e métodos de gestão estrangeiros, integrou mais empresas portuguesas em circuitos de distribuição multinacionais e abriu o mercado nacional a novos produtos. Se equacionarmos estas mudanças em conjunto com duas outras – o crescimento do sistema educativo e um investimento substancial em obras públicas –, facilmente chegamos a um dos conceitos que definia aquele momento particular: a mobilidade. Do ponto de vista ideológico, temos um Portugal ‘a caminho da Europa’, pleno de ambição e, acima de tudo, de expectativas. À semelhança do que aconteceu noutros períodos da história contemporânea, a necessidade vital de uma projecção externa está garantida com a melhor de todas as imagens possíveis: a de um país europeu, desenvolvido e pleno de recursos¹⁴.

Esta envolvimento ajudará, talvez, a explicar a proliferação dos meios individuais de captação de sinais televisivos estrangeiros via satélite e permitirá, por certo, avaliar melhor a distância entre o ‘desejado’ e o ‘oferecido’ em termos de programação nacional.

¹⁴ A noção do ‘Eldorado’ foi exaustivamente utilizada pelos políticos com responsabilidades governativas na altura e contribuiu decisivamente para cimentar a percepção de que o sucesso era inevitável.

Ventos de mudança

A abertura da televisão à iniciativa privada foi, sem dúvida, o aspecto mais marcante da intervenção dos governos de Cavaco Silva na esfera mediática. A Constituição de 1976 só permitia a existência de televisão pública e foi apenas em 1989 que os obstáculos à entrada de operadores privados na actividade televisiva foram retirados do texto constitucional. Em 1990, a Assembleia da República aprovou a Lei da Televisão que previa a existência de operadores privados e, no ano seguinte, foi aberto o concurso. No meio de uma enorme controvérsia sobre o processo de atribuição de frequências, Cavaco Silva decidiu atribuir – em 1992 – duas frequências de televisão nacionais: uma à *Sociedade Independente de Comunicação* (SIC), liderada por Pinto Balsemão, e outra à *Televisão Independente* (TVI), um canal de inspiração cristã, então associado à Igreja Católica. Para trás, ficou o projecto TV1 de Proença de Carvalho e Carlos Barbosa.

O sistema de televisão hertziana, em Portugal Continental, passou assim a dispor de quatro canais (dois públicos e dois privados). Tal como no sector radiofónico, esta transformação no sector televisivo não foi precedida de um estudo cuidado sobre as implicações da reforma. Todas as atenções estavam centradas nos actores que iriam ser contemplados com estas frequências e nas implicações políticas de tal decisão. Questões absolutamente cruciais, num momento de abertura de um mercado desta natureza, foram relegadas para segundo plano. A dimensão do mercado publicitário, as fontes alternativas de financiamento dos canais, a clarificação das regras de concorrência, os limites e obrigações ao nível da informação e programação de canais públicos e privados, entre muitas outras questões, foram negligenciadas.

A abertura do mercado televisivo teve naturalmente um grande impacto na actividade do operador público de televisão. A RTP passou a competir pelo mesmo bolo publicitário com mais dois operadores. Tendo sido também abolida a taxa de televisão e vendida à Portugal Telecom a sua rede de transmissores, a RTP sofreu uma drástica redução das suas receitas e um aumento das despesas, relacionado não só com o pagamento da transmissão de sinal, mas também com a necessidade de competir pelos mesmos produtos audiovisuais e recursos humanos. A disputa por programas, formatos e estrelas inflacionou o seu custo.

A agressividade concorrencial do então director de Informação e Programas da RTP, José Eduardo Moniz, fez com que o Presidente do Conselho de Administração, Freitas Cruz, ordenasse cortes nas despesas com enviados especiais, na utilização de satélites, no recurso a equipas de produção externa e na compra de programas. No entanto, as dificuldades financeiras da RTP não se aproximavam de um fim. A 25 de Janeiro de 1995, Freitas Cruz revelou ao jornal *Público* que o défice acumulado da empresa, no fecho das contas de

1994, se havia elevado a 25 milhões de contos. As dificuldades financeiras da RTP reflectiam também o sucesso comercial de um dos operadores privados. Dois anos e sete meses depois de ter iniciado as suas emissões, e apesar da feroz concorrência da RTP, a SIC ultrapassou o *share* semanal do Canal 1 da RTP (Pinto *et al.*, 2000: 147). Seguindo uma eficaz estratégia de programação, a SIC conquistou a atenção dos portugueses e, conseqüentemente, uma parte significativa do bolo publicitário.

Se, por um lado, a reestruturação do sector televisivo agravou seriamente a situação financeira da RTP; por outro lado, a reestruturação não trouxe novidades quanto à independência política da estação. Tal como no passado, a RTP continuou a ser vista como uma estação dependente dos interesses dos governos do dia e incapaz de garantir um tratamento equilibrado dos diversos actores políticos.

O facto de a empresa nunca ter visto clarificado o seu papel enquanto operador público de televisão não contribuiu para a resolução dos problemas. Ainda que o segundo governo maioritário de Cavaco Silva tivesse tentado introduzir algumas alterações na relação entre o Estado e a empresa, fê-lo de forma inepta e sem qualquer resultado positivo através de um Contrato de Concessão de Serviço Público de Televisão, assinado em 17 de Março de 1993. O governo de Cavaco Silva considerou que uma televisão seria de Serviço Público enquanto cumprisse um determinado número de tarefas. Na cláusula 5 do Contrato de 1993, podia ler-se que a RTP ficava obrigada a pautar a sua programação pelo respeito pelo interesse público, por exigências de qualidade e de diversidade para assim promover o esclarecimento, formação e participação cívica e política dos cidadãos; era ainda sua obrigação contribuir para a informação, recreio e promoção educacional e cultural do público em geral, no respeito pela identidade nacional e ficava também com a incumbência de promover a produção e emissão de programas educativos ou formativos, especialmente os dirigidos a crianças, minorias e deficientes auditivos. Acontece que a longa lista de objectivos não era complementada com orientações concretas sobre tipos e/ou géneros de programas que mais se adequariam a esta visão programática. Não houve qualquer tentativa de explicitar o que se entenderia por 'respeito pelo interesse do público' nem por 'exigências de qualidade e de diversidade'. Substancialmente esvaziada de meios, privada de parte significativa das suas receitas e pressionada por uma feroz concorrência, a RTP não conseguiria, nem mesmo neste período, um claro e inequívoco posicionamento do seu accionista maioritário sobre as funções que competiam e sobre o papel a desempenhar no novo enquadramento televisivo nacional.

A Lei da Televisão (Lei nº 58/90 de 7 de Setembro) – aprovada pelo primeiro governo maioritário de Cavaco Silva – colocava o público, que por vezes denomina de cidadãos, no centro do sistema televisivo. Foi precisamente considerando aquilo que o legislador pensava ser o interesse do público que os objec-

tivos genéricos e específicos da actividade da televisão foram então definidos. De acordo com este documento (cf. artigo 6º), a actividade televisiva deveria contribuir para a informação e formação do público e a defesa dos valores culturais que exprimem a identidade nacional; para a formação de uma consciência crítica; para a recreação e promoção cultural do público e para favorecer o conhecimento mútuo e o intercâmbio de ideias entre cidadãos portugueses e estrangeiros. A televisão deveria, portanto, assegurar a independência, o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação; promover a criação de programas dirigidos a crianças, jovens e minorias culturais e contribuir para o esclarecimento, a formação e a participação cívica e política da população. Quanto aos objectivos da actividade televisiva, a lei não estabelecia qualquer diferenciação entre o operador público e os operadores privados. Todos quantos intervissem nesta actividade deveriam ter como finalidade zelar por aquilo que o legislador entendeu ser o bem público ou o interesse público.

Quaisquer que tenham sido as intenções do legislador, houve uma clara contradição entre o que era dito e o que foi concretizado. No que diz directamente respeito à RTP, a lei não passou de letra-morta. A RTP não procurou desenvolver a sua estratégia de programação em função dos cidadãos. A informação, antes e depois da abertura da televisão à iniciativa privada, manteve-se na RTP muito próxima dos interesses governamentais.

No início dos anos 90, o então presidente da República, Mário Soares, chegou mesmo a dirigir uma mensagem à Assembleia da República, na qual criticava duramente o papel desempenhado pela RTP em matéria de pluralismo e independência. “Como é do conhecimento dos Senhores Deputados, tem havido queixas e protestos, individuais e colectivos, vindos dos mais diferentes sectores da opinião nacional denunciando a discriminação ou a dificuldade no acesso aos meios de comunicação social do sector público – que constituem serviços com o dever de isenção – e, em especial, a governamentalização da RTP. A manipulação dos telejornais tem sido frequentemente referida como uma prática constante, indigna de um país democrático membro da Comunidade Europeia. Sou sensível a estas queixas, como me cumpre. E sem recorrer a uma enumeração de factos concretos – toda a gente os conhece, por experiência directa – não deixarei, contudo, de referir algumas práticas que, de modo mais comum, reflectem essas queixas: a incoerência dos critérios jornalísticos e o desequilíbrio da sua aplicação em relação ao governo e aos partidos da Oposição; o sistemático tratamento das iniciativas destes partidos em horários e blocos noticiosos de menor audiência; a utilização de técnicas de montagem; a incapacidade de comunicação e a presença dos intervenientes, sobretudo quando não são certos membros do governo; a omissão ou a minimização de iniciativas sociais independentes do governo ou em confronto com ele; a insuficiência de debates sérios sobre os grandes problemas da actualidade; o afastamento de profissionais qualificados e isentos; o recurso a comentadores

anódinos ou apenas representativos de franjas marginais da opinião; finalmente, a chocante discriminação no tratamento das actividades dos diferentes órgãos de soberania” (Soares, 1991: 2-3).

A entrada dos novos operadores no mercado não garantiu a independência da RTP e veio ainda acelerar a espectacularização da informação. José Manuel Barata-Feyo diz a este propósito que, em 1993, teve oportunidade de ver aplicar, na RTP, o novo critério editorial vigente: “isto vende ou isto não vende?” (2002: 29). E acrescenta a este propósito: “No número de coisas ‘que vendem’ em televisão, estão manifestamente incluídas a violência informativa, a violência em ficção, a violência psicológica, a violência cultural, a violência gratuita e, mais recentemente, a violência ficcionada” (2002: 29).

Ainda que obviamente beneficiado pelas vantagens de uma postulação *a posteriori*, o ministro da Cultura do primeiro governo socialista pós-Cavaco Silva, Manuel Maria Carrilho, referia-se, nos seguintes termos, ao legado social-democrata: “Num quadro cuidadosamente minado pela irresponsabilidade cavaquista – que tornou Portugal no único país europeu em que o Estado aboliu a taxa, tendo ao mesmo tempo alienado a rede de retransmissores –, o serviço público de televisão tornou-se rapidamente num bloco de chumbo, incapaz de traçar a estratégia própria que uma visão moderna do país tão imperativamente exigia” (*Expresso Online*, 26/02/2000, País). Diria ainda Manuel Maria Carrilho: “Em 1995 tudo estava já bem minado, com um quadro de acelerada senescência do serviço público, com um absurdo mimetismo concorrencial com as estações privadas e uma cada vez maior homogeneização do panorama audiovisual, onde a proclamação dos vencedores e dos vencidos – bem como o empobrecedor triunfo do ecrã único –, era apenas uma questão de tempo” (*Expresso Online*, 26/02/2000).

Desorientação e incertezas

Com a chegada dos socialistas ao governo, esperavam-se mudanças ao nível da gestão da RTP, da sua estratégia de programação e do desenvolvimento de uma independência efectiva face ao poder político. As reformas estruturais no sector da televisão tinham sido já introduzidas, mas os socialistas – ferozes críticos da governamentalização, da descapitalização e da ineficaz gestão da RTP – prometiam alterações. O programa do governo (Assembleia da República, 1995) não previa a inversão de medidas na área da televisão, mas avançava com propostas de instrumentos legais e de organismos de regulamentação.

Considerando prioritário *i*) o direito à informação e as suas garantias institucionais, *ii*) a revitalização do tecido industrial do sector, *iii*) o rigor e a independência na gestão do sector público da comunicação social e *iv*) a presença activa nas relações internacionais, o primeiro governo de António Guterres

propôs algumas medidas que, ignorando a história, poderiam ser entendidas como anacrônicas:

- a) Uma nova Lei de Imprensa que garantisse de forma inovadora a liberdade de informação e os direitos dos jornalistas;
- b) Alteração da composição da Alta Autoridade para a Comunicação Social, passando os quatro membros cooptados pelos representantes do governo e da Assembleia da República a ser indicados por organismos representativos da opinião pública e da cultura;
- c) Revisão das competências da Alta Autoridade para a Comunicação Social que deverá ter poderes mais amplos na salvaguarda da independência dos órgãos de comunicação social do Estado, na garantia da isenção do licenciamento dos novos operadores de rádio e de televisão;
- (...)
- e) Revisão do Contrato de Concessão de Serviço Público que passaria por um novo quadro de exigências para esta empresa e, simultaneamente, por um financiamento adequado à natureza do serviço público a prestar;
- (...)
- g) Garantia de independência dos serviços públicos de televisão e rádio, com modelos de gestão de representatividade social para as respectivas empresas”.

Para um governo que tomava posse 25 anos depois da Revolução que aboliu o exame prévio, a preocupação com a independência dos órgãos de comunicação estatais poderia parecer, neste momento histórico, totalmente desajustada. No entanto, se tomarmos em consideração a forma como os *media* do Estado, em geral, e a RTP, em particular, foram ostensivamente instrumentalizados, tais objectivos adquiriam um sentido muito particular. Os socialistas estavam apostados em encerrar o ciclo do controlo de conteúdos e a dependência da RTP dos governos do dia.

Se foi relativamente fácil avançar com uma nova definição de objectivos, o mesmo não pode ser dito relativamente à sua operacionalização. A apresada abertura do mercado à iniciativa privada criou grandes dificuldades à empresa, e o secretário de Estado da Comunicação Social, Alberto Arons de Carvalho, dizia-se disposto a dedicar-lhe grande atenção. Só que, operando num contexto de profundas contradições governativas, as suas intenções não passaram disso mesmo.

Foram aprovados planos de reestruturação da empresa e colocados na Direcção da Informação profissionais conhecidos pelo seu rigor e independência. Joaquim Furtado dirigiu a Informação e a Programação entre Janeiro de 1996 e Março de 1998. Todavia, estas medidas acabaram por se tornar inconsequentes. A empresa não conseguiu resolver os seus problemas financeiros e

de orientação editorial, registando-se, em vários planos, um agravamento da situação.

Na primeira entrevista de balanço do seu período de gestão, após a demissão da RTP (*Expresso on-line*: 4/4/98, “Sociedade”), Joaquim Furtado afirma que, quando foi convidado para a direcção da RTP, em finais de 1995, havia uma perspectiva de mudança radical e que uma dessas mudanças era a do estatuto da empresa: “cortar a relação directa, e até uma certa promiscuidade, que sempre houvera entre as administrações e os governos”. Joaquim Furtado argumenta que “não basta haver uma predisposição de independência, é preciso que a lei a garanta por si só. Senão, o comportamento da RTP depende de quem lá está e da interpretação que os administradores fizerem das suas competências”. Explicando a demissão do cargo de director-coordenador de Programas e Informação, Joaquim Furtado salienta, na mesma entrevista, que um dos pontos de glória da sua direcção foi ter sido capaz de garantir a isenção e o pluralismo da informação, o que não é pouco na história da RTP. “Deixou de haver ‘recados’ sobre os alinhamentos dos telejornais. Mas as coisas chegaram a um ponto em que tivemos de nos demitir por causa de uma questão essencial que era a proibição de uma reportagem com interesse jornalístico” (a Administração proibiu a deslocação de um jornalista sem visto a Angola porque tal poderia prejudicar as relações entre Lisboa e Luanda). “E não foi só aqui que o problema se pôs” – acrescenta – “as tarefas da direcção foram profundamente afectadas pelo facto de a empresa ter tomado como suas as prioridades de Estado”.

De facto, as intenções governamentais não resistiram às lutas internas no governo e no Partido Socialista e mesmo a clarificação dos objectivos da estação de serviço público patentes no novo Contrato de Concessão, assinado entre o Estado e a RTP em Dezembro de 1996, não veio resolver qualquer problema. No novo contrato, o Serviço Público era entendido de uma forma menos redutora, mais próximo de uma filosofia de programação. De acordo com este contrato (cláusula 4^a), a missão de Serviço Público de Televisão cometida à RTP determina que esta seja: “uma Televisão de referência”, “uma Televisão nacional”, “uma Televisão de utilidade social”, “uma Televisão de programação agregadora”, “uma Televisão das Liberdades Públicas”, “uma Televisão que produza obras de ficção de reconhecida qualidade”, “uma Televisão com exigência ética”. Relativamente às obrigações da programação de Serviço Público, este contrato contemplava, na cláusula 6^a, inúmeras orientações no sentido de dar resposta àquilo que se considerava ser o interesse público. Ainda que os resultados práticos deste documento tivessem sido praticamente nulos, há um nível bastante superior de especificação sobre o que deveria ser feito, em termos de programação, para garantir padrões de qualidade.

Tanto o Contrato de Concessão do Serviço Público de 1993 como a versão de 1996 afirmam que a fiscalização e verificação do mesmo é da competência do

ministro das Finanças e do membro do governo responsável pela área da comunicação social (cláusulas 18ª e 24ª, respectivamente). O Estado entende ser ele próprio o melhor garante do cumprimento dessa ‘missão’ de Serviço Público. Compete, portanto, à RTP ‘ser’ um Serviço Público de Televisão e compete ao Estado garantir que a RTP ‘é’, de facto, um Serviço Público de Televisão.

A aprovação de uma nova Lei da Televisão (31-A/98 de 14 de Julho) – apesar de abrir novas possibilidades – não veio também contribuir para a resolução dos problemas na RTP. Esta lei introduziu alterações no acesso e no exercício da actividade televisiva. Pela primeira vez, a lei possibilitou a criação de canais locais, regionais e temáticos. Esta abertura permitiu que as estações existentes se associassem aos operadores de cabo e aos produtores internacionais de conteúdos televisivos no sentido de desenvolver novos projectos. No entanto, a proliferação de canais temáticos veio fragmentar ainda mais as audiências, complicando a já difícil situação financeira das estações de televisão hertziana. A questão absolutamente crucial da dívida e do financiamento da empresa foi, uma vez mais, adiada. Para além de continuar sem taxa, a RTP viu ainda ser reduzido, por decreto governamental, o volume publicitário, uma decisão aplicada a partir de Janeiro de 1997. A RTP1 passou a ter um máximo de 7,5 minutos de publicidade por hora e a RTP2 ficou sem anúncios comerciais. “Como poderia ser encarada pela empresa, senão como um inequívoco sinal de alguma prosperidade, a deliberação de limitar a publicidade na RTP1 (...) e de proibi-la na RTP2 (...)?”, interroga o próprio ex-secretário de Estado, Arons de Carvalho (2002: 35). “O governo tomou esta decisão, após uma diligência dos presidentes da SIC e da TVI junto do próprio primeiro-ministro, no final de 1996. Balsemão e Monjardino apresentaram-na como a única forma de salvar a TVI de uma irreversível falência e de finalmente conduzir a SIC para a obtenção de lucros” (Carvalho, 2002: 35).

A esta medida não foram criadas quaisquer alternativas transparentes de financiamento da RTP e a proposta do então secretário de Estado da Comunicação Social, Arons de Carvalho, de financiar a empresa através do estabelecimento de uma relação directa com o PIB não passou disso mesmo. As indemnizações compensatórias ficaram também sempre aquém do estabelecido e a “imprevisibilidade das verbas colocadas à disposição da empresa impediam qualquer planeamento estratégico”, tal como admitiu o próprio Arons de Carvalho, poucos meses depois de ter abandonado o cargo (2002: 31).

As permanentes dificuldades da empresa, para as quais o executivo de António Guterres não encontrou resposta adequada, serviram de arma de combate para a oposição e para os restantes operadores privados. Estes criticavam frequentemente o apoio financeiro do Estado e a Oposição, argumentando que a RTP não prestava um verdadeiro Serviço Público, defendia a sua privatização. No panorama audiovisual, tal como foi redesenhado por Cavaco Silva e preservado pelos governos de António Guterres, a RTP manteve-se condenada à

indefinição quanto ao projecto de Serviço Público, à dependência política e à inviabilidade financeira.

Apesar da tentativa dos governos socialistas de afastar a RTP da subordinação directa à política de informação do executivo, a incerteza e a desorientação marcaram a televisão do Estado neste período. O próprio Presidente do Conselho de Opinião da RTP, António-Pedro Vasconcelos, sintetizava a situação que se vivia na empresa no início do ano 2000: “A RTP, tal como está, não pode continuar. Devido à falta de estratégia, à irresponsabilidade ou à incúria dos governos, à instabilidade das administrações, nomeadas na maioria dos casos em função da confiança política e não da sua competência, ao peso corporativo da *nomenklatura* interna, à falta de imaginação, criatividade e talento, que parecem ter desertado da programação, é hoje o principal obstáculo à existência de verdadeiro SPT em Portugal” (*Público*, 20 de Março de 2002: 41).

Notas conclusivas

Desde a fundação da RTP até à implementação do regime democrático, o poder executivo definia aquilo que entendia ser o interesse da nação em geral, e o interesse do telespectador em particular, sem que, para isso, fosse necessário considerar as opiniões e perspectivas da população. A mudança de regime, depois do 25 de Abril de 1974, apesar da abolição formal da censura, não trouxe alterações estruturais significativas a este quadro, sobretudo no que diz respeito à eventual criação de mecanismos especificamente concebidos para representar e defender os interesses dos telespectadores e também não desenvolveu estruturas para a efectiva participação dos cidadãos quer na construção de um modelo de Serviço Público de Televisão quer na sua implementação. Verifica-se aqui, como em muitas outras áreas de estudo das políticas de comunicação, uma carência de avaliações cuidadas e suficientemente fundamentadas. Importará, no entanto, sublinhar que o novo poder político, resultante da transição para a democracia, encontrou – em todos os momentos – formas de justificar quer actos de clara intervenção na gestão na RTP quer, por contraponto, a ausência de quaisquer acções ou iniciativas no sentido de reformular o papel do Estado na sua relação com a empresa.

Ao longo destas linhas, procurámos demonstrar que o poder político nunca abdicou de impor a sua visão de interesse público à RTP e que a estação, independentemente da qualidade dos seus profissionais nas áreas da informação e programação, navegou ao sabor dos desejos da tutela – antes e depois da nacionalização, antes e depois da radical mudança política de 1974. Na matriz criadora da RTP, está inscrita a noção de prestar serviço ao poder político e não aos cidadãos. Tal não implica que a RTP não tenha – em muitas situações – servido também os cidadãos; significa apenas que o serviço aos cidadãos e

com os cidadãos nunca fez parte das preocupações essenciais dos principais responsáveis da empresa e de quem os nomeava.

Do que acima foi avançado, pode inferir-se que a relação Estado-RTP-cidadãos nunca foi, em momento algum dos quase cinquenta anos da história da teledifusão, multidireccional. O Estado português – independentemente do regime ou do governo – parece ter sempre actuado sob a presunção de que os cidadãos não estariam (ainda) preparados para interagir responsabilmente com a televisão. Marcello Caetano receava o potencial nefasto do meio, o MFA encontrava razões para cautelas, Cavaco Silva soube manter a gestão sob controlo e António Guterres nada fez para acabar com a dependência financeira. Em quase meio século de televisão, o Estado criou, nacionalizou, governamentalizou, alargou e internacionalizou uma empresa de televisão sem nunca ter expressado grande preocupação (além da retórica) com os interesses dos destinatários de tanto esforço.

A intenção expressa do actual governo (XV) aparenta indiciar a entrada numa nova fase. Embora o quadro de partida para a elaboração do documento “Novas Opções para o Audiovisual” – apresentado no dia 19 de Dezembro de 2002 – tenha sido o mesmo do passado¹⁵, a nova orientação propõe tratar de forma aberta e definitiva a ‘herança’ da RTP e, com igual empenho, resolver a crise de indefinição, apresentada como “crise de integridade” (19.12.2002: 6). Numa formulação que se apresenta, nalgumas áreas, bem distante da postura inflamada e desprovida de substância das primeiras declarações do ministro da tutela, o documento avança que o Serviço Público necessita de adoptar a noção de ‘acção positiva’ (*ibidem.*: 12). Adianta ainda que um autonomizado segundo canal deverá ser o espaço de actuação da sociedade civil, com o apoio (ainda que, idealmente, apenas numa fase inicial) do novo operador de Serviço Público.

Indo além da simples reestruturação financeira do actual operador público de televisão, o documento apresenta-se como uma grelha de funcionamento mais vasta para toda a política de audiovisual do governo liderado por Durão Barroso. O facto de se encontrar pontuado por ajustes de contas políticos retira ao texto alguma solidez, a deliberada ausência de detalhes sobre o alargamento da concessão de tarefas de serviço público aos privados sugere, no mínimo, hesitação e o quase ostensivo ‘libertar’ do segundo canal denota menos de desconhecimento dos *media* do que de deliberada manobra de auto-garantia política. Na sua globalidade, porém, estamos perante um texto com algumas

¹⁵ O governo procurou um novo conceito de Serviço Público nos mesmo lugares de sempre e com base em percepções que adquiriram já um carácter de perenidade na vida política nacional. A intenção terá sido não tanto receber um alargado leque de contribuições com o objectivo de – à luz das inescapáveis opções políticas – elaborar uma estrutura fundamentadora da adequação do conceito à realidade portuguesa, mas antes percorrer rotinas mais simples, previsíveis e até mesmo mais recompensadoras no imediato (quer para o governo quer para os reduzidos círculos de indivíduos que garantem a perpetuação das suas muito particulares leituras e/ou representatividade de interesses).

virtudes: a clareza de propósitos, a intencionalidade de acção e a fuga à esterilidade de uma política fundamentada na não decisão.

Afigura-se demasiado cedo para avaliar em mais detalhe a valia das propostas e – sobretudo se recordarmos as declarações de intenções de anteriores governos – mais prematuro seria analisar os seus efeitos. Ainda assim, parece-nos seguro ressaltar que este documento resulta, uma vez mais, da necessidade de adaptar o operador estatal de televisão à postura política do governo do momento e não de um processo alargado de reflexão sobre serviço público de televisão em Portugal. A urgência reformista justificou a inexistência de um amplo e sério debate, fundamentou o pontual trabalho de uma comissão nomeada pelo executivo e reduziu a pouco mais do que uma formulação estilística a noção de ‘oportunidade histórica’ de que fala o documento governamental. De lado ficou a possibilidade real de se abrirem portas a uma participação cívica consciente e reflectida, incentivadora de divergências e fomentadora de novas ideias.

O novo operador público de televisão, saído da profunda reestruturação em curso, deverá reflectir uma diferente visão do papel do Estado na sociedade mas não mais do que isso. O governo social-democrata entende que lhe cabem, sobretudo, tarefas de regulação e que, conseqüentemente, o seu peso nos vários sectores da economia deve ser reduzido. O enfoque dado, na apresentação do novo documento, à previsível redução de custos é bem sintomático dessa postura. Fica, porém, uma vez mais por responder a pergunta que nunca houve tempo nem vontade para fazer: que Serviço Público quer o público?. Para que existisse Serviço Público de Televisão, na acepção que este livro encerra, seria absolutamente necessário romper com a história, inverter o caminho e inventar um futuro de interacção, num ambiente de declarada e permanentemente auditada independência. Para que isso acontecesse, seria necessário que o Estado alterasse, de forma decisiva, a sua postura face ao meio e face à participação dos cidadãos.

Bibliografia

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (2002). *Programa do XV Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (1999). *Programa do XIV Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (1995). *Programa do XIII Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (1992). *Programa do XII Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.

ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (1987). *Programa do XI Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.

- ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA (1986). *Programa do X Governo Constitucional, Apresentação e Debate*. Lisboa: Assembleia da República.
- BARATA-FEYO, JOSÉ MANUEL (2002). *RTP: O Fim Anunciado*. Lisboa: Oficina do Livro.
- BARRETO, ANTÓNIO (org.) (1996). *A Situação Social em Portugal, 1960-1995*. Lisboa: Instituto de Ciências Sociais.
- BARRETO, ANTÓNIO E CLARA VALADAS PRETO (1996). *Portugal 1960/1995: Indicadores sociais*, Cadernos do Público, nº 8. Lisboa: Público.
- BARRETO, ANTÓNIO E MARIA FILOMENA MÓNICA (eds.) (1999). *Dicionário de História de Portugal*, Vols. VII-VIII. Porto: Figueirinhas.
- BRUNEAU, THOMAS C. E ALEX MACLEOD (1986). *Politics in Contemporary Portugal – Parties and the consolidation of democracy*. Boulder: Lynne Rienner.
- CÁDIMA, FRANCISCO RUI (Fevereiro 1995). “A RTP nas eleições de 1958 – História de uma perseguição”. *História*, Ano XVII (Nova Série), nº 5.
- CÁDIMA, FRANCISCO RUI (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Presença.
- CAETANO, MARCELLO (1974). *Depoimento*. Rio de Janeiro: Record.
- CASTELO-BRANCO, FERNANDO (1987). ‘A Radiodifusão dos discursos de Salazar como factor da sua ascensão política’. *O Estado Novo – Das origens ao fim da autarcia (1926-1959)*, Vol. II, Actas do colóquio “O Estado Novo – Das origens ao fim da autarcia (1926-1959)”. Lisboa: Fragmentos.
- CARVALHO, ALBERTO ARONS (2002). *Valerá a Pena Desmenti-los?*. Coimbra: Minerva.
- CARREIRA, MEDINA (1996). *O Estado e a Educação*, Cadernos do Público, nº 7. Lisboa: Público.
- CASTRIM, MÁRIO (1996). *Televisão e Censura*. Porto: Campo das Letras.
- COMISSÃO DE REFLEXÃO SOBRE O FUTURO DA TELEVISÃO. *Relatório Final*, Outubro de 1996.
- CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA. em 17 de Março de 1993.
- CONTRATO DE CONCESSÃO DO SERVIÇO PÚBLICO DE TELEVISÃO Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA. em 31 de Dezembro de 1996.
- FERRÃO, JOÃO (1996). *A Demografia Portuguesa*, Cadernos do Público, nº 6. Lisboa, Público.
- FERRO, ANTÓNIO (1935). *Salazar – O homem e a sua obra* (3ªed.). Lisboa: Empresa Nacional de Publicidade.
- LOURENÇO, EUNICE (1998, 7 de Janeiro). “Reestruturação da RTP é fundamental” (entrevista com Jorge Coelho). *Público*, pp. 2-3.
- MAUPERRIN, MARIA JOSÉ (20 de Julho de 1996). “A idade da Inocência”. *Expresso – Revista*.
- MELODY, W. H. (1990). “Communications Policy in the Global Information Economy”. M. F. Ferguson (ed.). *Public Communication: The New Imperatives*. Londres: Sage.

- MESQUITA, MÁRIO (Dezembro de 1988). “Estratégias liberais e dirigistas na Comunicação Social de 1974-1975, da Comissão *Ad Hoc* à Lei de Imprensa”. *Comunicação e Linguagens*, nº 8.
- MESQUITA, MÁRIO (1994). ‘Os meios de Comunicação Social’. In Reis, António. (Ed.). *Portugal – 20 anos de Democracia*. Lisboa: Círculo de Leitores.
- MITCHELL, JEREMY AND JAY BLUMLER (1994). ‘Is Television Accountable to Viewers?’. *Policy Studies*, Winter 1994 Vol. 14, nº 4, 4-21.
- MÓNICA, MARIA FILOMENA (1996). *Os Costumes em Portugal*. Cadernos do Público, nº 1, Lisboa, *Público*.
- OPTENHÖGEL, UWE (1986). “Portugal”. Kleinsteuher, Hans J. *et al.* (eds.). *Electronic Media and Politics in Western Europe*. Frankfurt: Campus Verlag.
- PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (19.12.2002). “Novas Opções para o Audiovisual”.
- PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (11.11.2002). ‘XV Governo Constitucional – Os primeiros seis meses – Estamos a Cumprir – Portugal Vai Vencer’. <http://www.portugal.gov.pt/pt/Documentos/20021111SeisMeses1.htm>
- PÚBLICO (08.04.1994). ‘Tendências e dependências no Audiovisual’. Dossier “20 Anos – 25 de Abril”.
- ROSAS, FERNANDO (1994). “O Estado Novo”, Vol. 7. Mattoso, José (ed.). *História de Portugal*. Lisboa: Estampa.
- ROSAS, FERNANDO E JOSÉ MARIA BRANDÃO DE BRITO (eds.) (1996). *Dicionário de História do Estado Novo*, Vols. I-II. Lisboa: Círculo de Leitores.
- SILVA, VICENTE JORGE (7 de Março de 1981). “24 anos de RTP: a história de uma servidão”. *Expresso*.
- SOARES, MÁRIO. *Mensagem à Assembleia da República*, 5 de Junho de 1991.
- SOUSA, HELENA (1996). *Communications Policy in Portugal and its Links with the European Union*. Tese de doutoramento. Londres: School of Social Sciences, City University.
- SOUSA, HELENA (2000). “Políticas da Comunicação: Continuidades e Reformas”. Pinto, Manuel *et al.* *A Comunicação e os Media em Portugal (1995-1999)*. Braga: Universidade do Minho.
- SOUSA, HELENA (1999). “Serviço Público, Televisão Comercial e a Implementação da Lei: Alguns Elementos para o Debate”. *Comunicação e Sociedade 1*, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 12 (1-2).
- TÊVES, VASCO HOGAN (1998). *História da Televisão em Portugal, 1955/1979*, 1º Volume. Lisboa: TV Guia Editora.

IV. Os conteúdos do serviço público de televisão: pistas para a elaboração de uma grelha de programação

Felisbela Lopes*

Talvez seja um pouco exagerado encarar a televisão como um “totem”. Talvez seja pouco consistente a tese que vê o telespectador a estabelecer com ela um culto sacramental. No entanto, nela e, por extensão, no (seu) público, descobrimos sinais que nos fazem perceber que esta imagem não estará assim tão desfocada. Tal como o “totem”, a televisão impõe uma relação permanente, de carácter emocional; revela-se uma espécie de companheiro, presente nas mais variadas situações; cria um ritual à volta do qual surgem nomes e emblemas variados. Retomando as palavras de Le Diberder e Coste-Cerdan (1990: 12), trata-se de um objecto central que se deixa perceber à força de sermos incapazes de o evitar. Nele concentra-se grande parte das esperanças e dos temores das tribos modernas. Por isso, aquilo que ela transmite revela-se de grande importância.

Neste capítulo, iremos abordar os conteúdos aos quais uma televisão de serviço público deverá prestar atenção. É certo que grande parte deles estarão sempre presentes numa estação privada, mas pensamos que eles poderão desenhar-se de forma específica num operador público que seja imune às pressões de mercado e que oriente a sua actividade por critérios de excelência que se constituam como um referencial para o panorama audiovisual português.

* *Docente da Universidade do Minho (felisbela@ics.uminho.pt).*

Este capítulo contou com a colaboração do sociólogo João Nuno Coelho; do jornalista da RTP Jorge Campos; das investigadoras em programação infantil Cristina Ponte e Sara Pereira; de Isabel Medina, chefe do Gabinete de Conteúdos da empresa FOCO da RTP; do presidente da Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas, Mário Marques; e do jurista e membro da ACAPO, Sérgio Gomes da Silva.

Antes, porém, de expormos algumas temáticas que julgamos importantes figurar num serviço público de televisão, sublinhamos dois pressupostos que estão subjacentes à nossa reflexão. O primeiro diz respeito à programação televisiva. Para além de se atender ao facto de que o modo de fazer e ver televisão se alterou significativamente nos últimos anos, será preciso perceber o significado de uma grelha de programas, nomeadamente aquela que se constrói para um canal generalista a emitir em aberto. O segundo ponto diz respeito à especificidade de um serviço público de televisão. Coabitando pacífica ou atribuladamente com canais privados, um operador público, pelo menos no plano teórico, tem princípios e valores específicos que o orientam para uma determinada direcção e que, a serem respeitados, poderiam fazer com que o serviço público não se circunscrevesse a uma designação traduzida em discursos, mas pouco sentida na palavra e na imagem televisivas.

I – Pressupostos:

1 – Relativamente à programação televisiva...

1.1 – Temos em conta que o modo de encarar a programação televisiva se alterou:

Em tempo de monopólio, os programas eram definidos em função de três grandes finalidades comunicativas: distrair, informar e educar. Consequentemente, havia “o momento do espectáculo, dedicado ao divertimento; o da informação ao longo do qual ficávamos a saber as notícias; e o de aprendizagem onde enriquecíamos a cultura” (Negri *et al.*, s/d). Nesta tipologia do consumo, a clara definição do género do programa constituía uma fronteira que orientava a concretização das diferentes funções que os canais televisivos se propunham cumprir. Instalava-se um contrato de comunicação paternalista, pedagógico e monodireccional com o telespectador que poderia ver o que o programador lhe propunha ou, então, apagar a televisão. Seguindo a fórmula de Jean-Louis Missika e Dominique Wolton (1983: 128), os telespectadores constituíam-se como uma espécie de sala de aula, sendo os profissionais da televisão os mestres. Na programação de monopólio, o programa valia por si, era uma unidade autónoma, estando claramente demarcado relativamente à emissão que se lhe seguia ou precedia. Neste modelo televisivo a que Umberto Eco (1985) chama “paleo-TV”, o fluxo televisivo integrava um conjunto de programas que apresentava um contrato de comunicação preciso, resultante de uma clara delimitação dos géneros (informação, ficção, emissões culturais) e de uma divisão específica dos públicos (programas para as crianças, para os aficionados do desporto automóvel, para os amantes da natureza...).

Factores tecnológicos, mas também mutações económicas, políticas, sociais e culturais alteraram esta forma de fazer televisão. A valorização de certas franjas horárias, por exemplo, não pode ser encarada apenas como uma iniciativa unidireccional do programador, mas deve ser lida à luz das modificações das formas de vida (emprego e lazer). Acompanhando a disponibilidade que as pessoas têm para ver televisão, os programadores vão tentando otimizar essas audiências disponíveis. Esse acompanhamento requer uma actualização permanente dos conteúdos na medida em que os gostos do público evoluem. Impõe-se progressivamente aquilo a que Dominique Mehl, num artigo publicado na revista *Sociologie du travail*, chamou a “ideologia da programação”, dedicada não às emissões, mas pensada em função do lugar que elas ocupam nas grelhas televisivas, tendo em conta os comportamentos e os gostos dos telespectadores. Progressivamente, foi sendo abandonado o regime pedagógico com o telespectador para se instalar uma relação de convivialidade, possível porque a relação passou a ser bidireccional. Já não há um “eu” que fala para um “tu”, mas um “nós” constituído por “duas vontades convergentes que se exprimem como vontade comum” (Negri *et al.*). O pequeno ecrã torna-se uma espécie de amigo do público, acompanhando-o ao longo do dia, segundo os ritmos impostos pelo quotidiano. Há as emissões da manhã, da hora do almoço, da tarde, da hora do jantar e as nocturnas. Marcam-se, assim, encontros com os telespectadores assumidos como interacções ritualizadas. Os cenários também reflectem os espaços exteriores da vida das pessoas. O tempo, o espaço e as formas de interacção do dia-a-dia do telespectador encontram no pequeno ecrã o seu reflexo e o seu impulsionador. Trata-se, acima de tudo, de uma relação de espelho para ambas as partes. Isso significa que a evolução da televisão não deve ser apenas procurada no seu interior, mas também na realidade que lhe é exterior e lhe dá a matéria-prima para as suas emissões.

1.2 – Temos em conta que uma grelha de programação de um canal generalista que opera em aberto é concebida como um todo, ainda que seja percebida em partes:

São muitos os teóricos que se referem à programação televisiva dos canais generalistas como um trabalho global. Jesús Gonzalez Requena (1995) designa-a como um “macro-discurso”, capaz de integrar no seu interior todos os sistemas semióticos, actualizados acústica e visualmente. Uma grelha televisiva seria uma unidade discursiva superior às unidades que contém, com a capacidade de submeter tudo o que alberga à sua lógica. A introdução do conceito de discurso no âmbito na programação permite, de acordo com Requena (1995: 27), não só “descobrir em todo o processo de comunicação âmbitos de significação que escapam à consciência e vontade dos seus agentes”, como também “analisar em profundidade o papel estrutural desempenhado pela televisão na cultura de massas”. Esta influência não resultaria apenas da actuação isolada

de certos programas, saindo, antes, de um discurso de ordem superior, de efeitos psicológicos, ideológicos e sociais manifestos.

É também como “um lugar de construção de um discurso global associando diferentes componentes” que Guy Lochard e Henri Boyer (1995: 95) definem o conceito de programação, sublinhando, no entanto, que este não é o modo como o telespectador apreende uma grelha televisiva, encarando-a antes como “uma sucessão de enunciados autónomos, portadores de significações e valores independentes” (1995: 97). De facto, a forma como se processa a recepção das mensagens televisivas não corresponde àquilo que se passa no momento da sua inserção numa grelha. Nesta, cada uma das emissões adquire o seu valor através das relações estabelecidas com as restantes componentes, formando um todo que se pretende que seja equilibrado e, ao mesmo tempo, diversificado, dependendo essa diversidade da natureza do canal.

Servindo-se do termo “palimpsesto” para falar da programação televisiva, Nora Rizza (1989) encara-a como a disposição sucessória de uma série de programas, num certo período temporal, segundo uma determinada lógica. A sua análise centra-se no processo de construção da grelha, acreditando que dessa opção resultam elementos que dificilmente se tornariam visíveis se apenas se tivesse em conta a oferta televisiva que chega ao telespectador. Combinando informações técnicas do trabalho do programador com outras relacionadas com as rotinas de produção, a autora conclui que a natureza do “palimpsesto” televisivo está condicionada por factores tão diversos como os recursos económicos da estação, a audiência prevista, a imagem e identidade do canal, a oferta da concorrência, a possibilidade de produção ou aquisição dos conteúdos.

Sujeita a múltiplos constrangimentos, uma grelha de programação, porque é concebida como um todo, encontra a sua especificidade naquilo a que José Ángel Cortès (1999: 95-96) chama “filosofia de programação” que engloba “a actividade da empresa, os seus fins, os meios com que conta e o espírito dos seus accionistas, as suas expectativas e os prazos marcados para alcançá-los”. O segundo passo é criar uma “linha editorial” através da qual se estabelece uma oferta mais pormenorizada. Enquanto a filosofia fixa os aspectos que consolidam o projecto, a linha editorial determina os critérios a seguir.

Este complexo processo de definição de uma identidade de um canal e consequente linha de actuação pressupõe conhecimentos de múltiplos campos (da sociedade, da cultura, da economia, etc.) e diversificados estudos quantitativos e qualitativos dos públicos das emissões televisivas (medição das audiências, estudos das atitudes, índices de apreciação, análise das motivações, registo das reacções imediatas, estudo dos estilos de vida...). Os telespectadores – quer sejam encarados como meros consumidores, quer como cidadãos – são um elemento-chave. Como bem sublinha Eric Macé (2000), uma grelha de programação de um canal generalista que opere em sinal aberto deve ajustar-se sempre àquilo a que chama “o metabolismo sociotemporal dos indivíduos

segundo a sua idade, sexo, actividade e local de residência”. Se os programas são feitos para determinado público, este deve estar disponível para o ver. Isto significa que, embora uma filosofia de programação possa ditar determinados conteúdos, estes nunca se inserem numa grelha de forma arbitrária, antes são motivados pela disponibilidade do respectivo público.

Tal como não vivemos da mesma maneira ao longo do dia, também não consumimos televisão de forma idêntica nos diferentes segmentos horários. Daí que uma grelha de programação se divida em “franjas horárias”, ou seja, blocos homogêneos em termos de comportamentos de audiência. O dia é, assim, repartido em quatro momentos principais: o “day time”, o “access time”, o “prime time” e o “second time”. Estes segmentos formam uma unidade temporal mais abrangente que é a do “dia” que, por sua vez, integra a macrocategoria “semana”. Na verdade, é a partir de uma construção que atende aos sete dias que se avalia a homogeneidade dos segmentos horários, dos quais devem sair um equilíbrio e um ritmo federadores de audiências. É através da oferta semanal que temos um retrato daquilo que se passa numa grelha aos níveis vertical e horizontal.

Ainda que a unidade e a harmonia da programação se encontrem na grelha semanal, a oferta televisiva obedece normalmente a uma planificação global que é feita por temporadas, sendo a mais importante a que se inicia em Setembro, altura a partir da qual os telespectadores têm mais disponibilidade para consumir televisão.

2 – Relativamente ao serviço público de televisão...

2.1 – Temos em conta os grandes princípios clássicos¹:

- *Princípio de continuidade*: não é exclusivo dos serviços públicos, abrangendo todos os órgãos de soberania de quem se espera um trabalho regular. Este princípio é encarado como um dos principais fundamentos do serviço público de televisão. Em caso de paralisação da emissão, não é a administração da empresa pública a primeira vítima, mas o telespectador que se vê privado daquilo que quer ver e que ajudou a custear através dos seus impostos.
- *Princípio de mutabilidade*: impõe à televisão pública uma adaptação constante à sociedade, que se caracteriza por um constante devir. Se a actividade dos operadores públicos também passa pelo interesse do público, e como este se encontra em constante mutação, a palavra de ordem é a mudança. À designação de mutabilidade, Pontier (1996: 90-91) prefere a de *adaptação*, explicando-a nos seguintes termos: “A adaptação do serviço

¹ Estes princípios já foram enunciados num trabalho anterior da autora [Lopes, Felisbela (1999) *O Telejornal e o Serviço Público*, Minerva, Coimbra].

público deve consistir, pensa-se, numa melhoria do serviço; a administração deve ter coragem para satisfazer o melhor possível, e dentro das melhores condições, as exigências dos utentes”.

- *Princípio da igualdade*: é uma extensão do princípio jurídico que coloca todos os cidadãos ao mesmo nível perante a lei, impedindo qualquer espécie de discriminação. Restringindo-nos ao trabalho dos jornalistas, este princípio tem uma aplicabilidade permanente, sendo a parcialidade ou a manipulação atitudes ética e juridicamente reprováveis. No entanto, nem sempre os meios de comunicação social dispõem de uma estrutura ou de uma política editorial que lhes permitam fazer chegar o seu produto/serviço jornalístico a todos os consumidores/cidadãos. Num serviço público de televisão, o princípio da igualdade alarga a possibilidade de recepção da mensagem audiovisual a todos os cidadãos que partilhem a nacionalidade do órgão público. Proporcionar o acesso gratuito de todos às emissões televisivas implica, para além de uma cobertura integral do território, a criação de dispositivos que permitam, por exemplo, fazer chegar aquilo que se transmite através do som àqueles que não ouvem. Daqui resultam custos acrescidos que as empresas privadas nem sempre podem suportar. A igualdade pode também ser concebida em termos de oportunidade de participação nos canais de comunicação. Isto pressupõe uma atenção equitativa aos valores das maiorias e das minorias. A igualdade será tanto maior quanto maior for a diversidade das emissões.

- *Princípio de neutralidade*: manifesta-se como um princípio moral que orienta o serviço público na sua “actividade de prestação”, impedindo qualquer juízo de valor (Isar, 1995: 314). Este princípio pressupõe que os serviços funcionem com vista a satisfazer apenas o interesse geral, não cedendo a interesses particulares. Certos autores consideram a neutralidade como uma exigência do princípio da igualdade. Todavia, como lembra Jean-François Lachaume (1989), o princípio da neutralidade diz respeito aos deveres que os serviços públicos têm com os seus utilizadores, enquanto o princípio de igualdade tem subjacentes os direitos dos utilizadores face aos serviços públicos.

- *Participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos*: é um dos novos princípios invocados por Pontier (1996: 95), considerado fundamental para uma maior democratização da sociedade.

2.2 – Temos em conta os valores a respeitar por um operador público de TV:

- *Qualidade dos programas*: sobreposta às leis do mercado, a qualidade liga-se intrinsecamente à essência do serviço público de televisão, do qual se espera um contributo importante para a inovação dos formatos televisivos.

vos, para a criatividade, para a capacidade de gerar debates de relevância social e para desenvolver a autenticidade e a riqueza expressiva dos conteúdos emitidos. Tendo em conta a multiplicidade de canais que invade o ecrã de televisão, Dominique Wolton (1992: 148) encara este valor como algo de essencial a preservar, particularmente nos canais públicos, onde considera ser mais viável a adopção de medidas que contrariem o mercantilismo dos conteúdos. A ligação da qualidade à promoção dos valores culturais é, com efeito, reiteradamente retomada pelos teóricos que estudam a televisão de serviço público. Para Gianpietro Mazzoleni (1992: 84-91), por exemplo, este valor reflecte-se no cuidado que há em proteger as obras criativas das agressões comerciais, resguardando-as particularmente dos cortes publicitários; no respeito pela dignidade da pessoa; na proibição de publicidade feita a produtos considerados nocivos (tabaco, álcool e drogas); ou na obrigatoriedade de difundir produções nacionais. Alargando o conceito de qualidade a toda a grelha de programação, poder-se-á afirmar que ela se traduz por uma procura constante de inovação. A tentação para repetir fórmulas já testadas é forte, mas os programadores devem correr riscos, fazer coisas novas, surpreender, inculcando no telespectador a ideia de que aquilo que vê é mais do que mero acaso (Broadcasting Research Unit, 1989: 3). Mais importante do que a variedade e a novidade é a não-trivialidade. A diferença entre um programa trivial e um outro não-trivial é que no primeiro o assunto fica rapidamente esgotado, enquanto no segundo ele adquire em cada momento um renovado interesse, mesmo para aqueles que, à partida, não estão motivados para determinada emissão. Os padrões de qualidade são indivisíveis, abrangem toda a grelha de programação, sendo, porém, conveniente estarem espelhados em cada programa.

- *Diversidade*: uma programação diversificada nos planos regional, político e cultural é o que se espera dos operadores públicos. Emitindo para um conjunto de cidadãos com modos de vida diferenciados, a televisão de serviço público, mais do que as estações generalistas privadas, tem obrigação de reflectir nas suas emissões realidades multiformes, não apenas aquelas que chegam às maiorias, mas também aquelas que se restringem a grupos minoritários. Ao mesmo tempo que satisfaz os interesses dos membros individuais de uma audiência, uma grelha diversificada promove a coesão entre grupos que habitam espaços físicos distintos e que estruturam o seu quotidiano através de sistemas específicos. “Oferecer programas destinados a públicos diferentes é a melhor maneira de satisfazer o maior número de pessoas”, garante, por sua vez, o relatório sobre o Futuro da Televisão Pública elaborado em França em 1994. Wolfgang Hoffmann-Riem (1992: 49) distingue diferentes dimensões a partir da diversidade:

- uma diversidade orientada para o indivíduo ou o grupo, proporcionando-lhes oportunidades de expressão;

- uma diversidade vocacionada para os temas;
- uma diversidade integradora de realidades de diferentes áreas territoriais;
- uma diversidade de formatos.

Considerando a diversidade um valor essencial do serviço público de televisão, Denis McQuail (1992: 100-101) concebe-a a dois níveis:

- *a externa*, separada pelo espectro hertziano que cria diferentes canais para públicos diversos (diversidade estrutural);
 - *a interna*, aglutinada na mesma grelha de onde se esperam conteúdos orientados para uma audiência heterogénea (diversidade organizacional).
- *Identidade cultural*: conscientes de que as identidades colectivas atravessam um período de turbulência, os investigadores ligados ao estudo da televisão vêem nela um importante meio para consolidar a identidade cultural de um país. A fim de garantir a preservação deste valor, alguns países impuseram às estações de televisão, com incidência nos canais públicos, um reforço da língua nacional, serviços especiais para cada região e determinadas cotas de programas de produção nacional. De uma forma geral, a TV tende a prestar mais atenção às manifestações das maiorias. E é aqui que começam todos os problemas, pois a grande dificuldade passa a ser, por um lado, criar a diversidade numa cultura de massas – algo obrigatório para qualquer *media* generalista instalado num regime democrático – e, por outro, promover as manifestações inerentes a outras culturas – algo incontornável num canal televisivo de serviço público. Tendo como referência uma economia de televisão mista, Jay Blumler e Wolfgang Hoffmann-Riem (1992: 211) reclamam para os operadores públicos a obrigação de se ocuparem das necessidades culturais mais autóctones. Paralelamente à cobertura dos sucessos nacionais, defende-se ser conveniente dar também a conhecer alguns talentos nacionais em campos menos mediáticos. Por exemplo, o das artes.
- *Distanciamento face às fontes de financiamento*: invocando o exemplo da BBC, Denis McQuail (1992: 102) diz ser necessário que a TV pública faça um esforço para separar a publicidade dos conteúdos programáticos a fim de se conquistar um outro valor considerado fundamental nos operadores públicos: a *autonomia*. Só assim se consegue alcançar uma televisão de qualidade. O público saberá, por seu turno, sancionar a (in)dependência dos *media* face aos poderes instalados, conferindo, ou não, credibilidade àquilo que transmitem (McQuail, 1994: 146). Ligado a este valor encontra-se um outro: a preocupação em impedir a transformação dos canais de serviço público em produtos comerciais. As consequências de uma excessiva comercialização das emissões televisivas são, segundo Blumler, as seguintes: o

entretenimento sobrepor-se-ia à informação, os acontecimentos dramáticos e espectaculares invadiriam o espaço de análise e debate e os responsáveis pela programação orientar-se-iam progressivamente mais pelo interesse do público do que pela sua missão de promoverem a cidadania.

II – Legislação

Como argutamente assinalam Jost e Leblanc (1994: 37), “curiosamente a lei não introduz qualquer constrangimento ao nível da grelha”. Assim se passa em França e assim se passa em Portugal. No entanto, existe legislação específica que estabelece algumas coordenadas para o audiovisual. Destacamos aqui dois artigos do Capítulo IV (“Serviço Público de Televisão”) da Lei nº31-A/98, de 14 de Julho (“Lei da Televisão”).

Artigo 44º – Obrigações específicas de programação

“A concessionária deve assegurar uma programação de qualidade e de referência que satisfaça as necessidades culturais, educativas, formativas, informativas e recreativas dos diversos públicos específicos, obrigando-se designadamente a:

- a) Assegurar o pluralismo, o rigor e a objectividade da informação, bem como a sua independência perante o Governo, a Administração Pública e os demais poderes públicos;
- b) Emitir uma programação inovadora e variada que estimule a formação e a valorização cultural, tendo em especial atenção o público jovem;
- c) Privilegiar a produção de obras de criação original em língua portuguesa, nomeadamente nos domínios da ficção, do documentário e da animação;
- d) Difundir uma programação que exprima a diversidade cultural e regional do País e que tenha em conta os interesses específicos das minorias;
- e) Garantir a cobertura noticiosa dos principais acontecimentos nacionais e estrangeiros;
- f) Assegurar igualdade de acesso à informação e à programação em geral a todos os cidadãos, garantindo por isso que as emissões possam também ser acompanhadas por pessoas surdas ou com deficiência auditiva, recorrendo para o efeito à legendagem ou à interpretação através da língua gestual²;
- g) Emitir programas regulares destinados especialmente aos portugueses residentes fora de Portugal e aos nacionais dos países de língua oficial portuguesa, incluindo programas facultados por operadores privados.”

² Esta alínea foi introduzida pela Lei nº8/2002, de 11 de Fevereiro (Primeira alteração à Lei nº31-A/98, de 14 de Julho).

Artigo 45.º-Obrigações específicas de programação

“Constituem obrigações específicas de programação da concessionária do serviço público de televisão, nomeadamente:

- a) Emitir o tempo de antena dos partidos políticos, do Governo, das organizações sindicais, profissionais e representativas das actividades económicas e das associações de defesa do ambiente e do consumidor, nos termos dos artigos 49.º e seguintes da presente lei;
- b) Ceder o tempo de emissão necessário para o exercício do direito de réplica política, nos termos do artigo 58.º;
- c) Assegurar um tempo de emissão às confissões religiosas, para o prosseguimento das respectivas actividades, tendo em conta a sua representatividade;
- d) (...)
- e) Emitir programação específica direccionada para pessoas surdas ou com deficiência auditiva³;
- f) Ceder tempo de emissão à Administração Pública, com vista à divulgação de informações de interesse geral, nomeadamente em matéria de saúde e segurança públicas.”

III – Áreas a privilegiar numa TV pública

Que papel deve desempenhar a TV na vida das pessoas? Qual a sua função social? Que vertente privilegiar no telespectador? A de consumidor de produtos? A de cidadão crítico da realidade circundante? A de receptor passivo? A de público activo que é chamado a envolver-se nas emissões? Estas são algumas questões que o programador deve ter em mente quando planifica uma grelha. No caso de um operador público, este trabalho implica também que se considerem os princípios e valores orientadores de um serviço público de televisão. Apresentamos aqui algumas áreas que, na nossa perspectiva, devem merecer uma atenção particular na TV pública. Trata-se apenas de uma proposta de trabalho, o que significa uma construção em aberto.

1 – Campo da informação

São vários os teóricos que conferem ao pequeno ecrã um poder de agendamento da actualidade. Segundo Saperas (1993: 55-56), ao chamarem a atenção para certos temas, os meios de comunicação em geral, e a TV em particular, orientam a percepção que os indivíduos têm da sociedade. Jean-

³ Esta alínea foi alterada pela Lei n.º 8/2002, de 11 de Fevereiro (Primeira alteração à Lei n.º 31-A/98, de 14 de Julho).

Pierre Esquenazi (1997: 113) fala-nos da capacidade da televisão para criar “quadros de formulação de opiniões”. Na mesma linha, Peter Dahlgren (1997: 209-236) assegura que, a partir daquilo que passa no pequeno ecrã, se constroem “micro-esferas públicas”, ou seja, espaços de discussão de assuntos contemporâneos. Embora reconheça que a TV é um veículo pobre de transmissão de informação, defende que é ela quem cumpre melhor a função de estimular o debate. Fica, deste modo, registado o poder deste meio para “traçar os contornos da actualidade” (Leblanc, 1987: 151). Segundo Giddens (1998: 483), “a televisão não só representa o mundo em que vivemos, mas define cada vez mais o que ele é realmente”.

Se não há uma única definição que remeta para a essência de uma informação de serviço público, encontramos várias posições que legitimam a sua peculiaridade no audiovisual. Cebrian Herreros (1998: 137-138) expõe algumas linhas de acção para os programas de informação dos canais públicos:

- proporcionarem uma visão global e contextualizadora dos factos;
- procurarem o contraste de fontes diversificadas;
- fazerem uma rigorosa depuração dos dados;
- promoverem o aprofundamento das consequências sociais, políticas e económicas dos factos;
- debaterem-se por um equilíbrio na cobertura territorial, social e cultural;
- introduzirem um enfoque pluralista e imparcial nas opiniões veiculadas.

Pela nossa parte, acrescentamos os cuidados a ter ao nível da forma, quer da expressão, quer de conteúdo. Ensaiar novas maneiras de dizer e de ver é o desafio que se coloca a um operador do qual se espera que seja uma referência de excelência para o panorama audiovisual.

Tendo em conta os princípios e valores de um serviço público de TV focados anteriormente, pensamos que, no que à informação diz respeito, se deve prestar atenção aos vectores que passamos a enunciar.

1.1 – Informação diária

A actualidade é uma construção da informação. Através dela, apreendemos a (a)normalidade do quotidiano. Tal como numa grelha achamos descabido separar programas de serviço público de outros que não teriam essa característica, também julgamos que não se pode fixar assuntos que sejam exclusivamente de interesse público. Se, à partida, um assunto político como o debate do Orçamento de Estado tem por si relevância pública, tal não garante que o respectivo tratamento noticioso contenha informação pertinente. Em contrapartida, um homicídio praticado por um cidadão comum pode não constituir matéria sensacionalista, se o ângulo escolhido pelo repórter passar além da exploração da dor dos familiares da vítima.

Tal como a programação, também o telejornal deve ser pensado integralmente numa lógica de serviço público, actuante em todos os momentos: na selecção noticiosa, no alinhamento escolhido, nos textos que servem de pivô aos trabalhos noticiosos, no modo de construção de uma peça (recolha de imagens, escrita do texto, montagem dos vários planos...), na escolha dos assuntos que merecem directos televisivos, nas entrevistas feitas em estúdio. Em tudo isto, devem estar presentes os princípios de *neutralidade* e de *igualdade* e os valores da *qualidade* e da *diversidade*.

Atendendo aos modos de consumo televisivo, importa que a TV pública forneça ao cidadão uma informação permanente acerca daquilo que se passa no país e no mundo. Normalmente os noticiários são os grandes iniciadores das franjas horárias. Daí a sua localização ser pertinente em quatro momentos-chave do dia: de manhã cedo, à hora do almoço, à hora do jantar e ao final da noite.

1. 2 – Realidade regional

A micro-sociedade encontra na televisão um importante meio de valorização. Para aqueles que são objecto de mediatização, a respectiva visão catódica dada pelo pequeno ecrã proporciona-lhes um novo olhar sobre uma realidade tida, até então, como anódina. Para aqueles que estão física ou socioculturalmente distantes dos locais noticiados, o conhecimento daquilo que está longe provocará certamente um olhar diferente do país. Sublinhe-se que um dos princípios do serviço público de televisão é o da *igualdade* e que um dos seus valores é o de ajudar a consolidar a *identidade nacional*.

Dominique Wolton, através de uma metáfora em que identifica a TV com a meteorologia, chama a atenção para a importância de se atender à idiossincrasia de diferentes locais: “Em primeiro lugar estamos interessada no tempo da nossa região, mas não o podemos isolar do resto do contexto, mesmo se acreditarmos que vivemos num ‘microclima’. Depois, há sempre curiosidade em saber o tempo de outros sítios, porque temos aí família e amigos....” (1997: 105).

Contando, em território nacional, com:

- os centros de produção do Porto, Açores e Madeira;
- os centros de emissão de Coimbra, Évora, Bragança, Faro e Castelo Branco;
- as delegações de Vila Real, Viseu e Viana do Castelo;

a RTP poderá aproveitar essas sinergias para fazer uma informação descentralizada, mais próxima da realidade do país e, conseqüentemente, menos monocromática.

1.3 – Reflexão sobre a actualidade

Os factos são sempre efeitos de causas cuja compreensão necessita de explicações ou discussões que a maior parte das vezes não cabem no alinhamento de um noticiário. Pelo tempo consagrado a cada peça, os noticiários não constituem espaços privilegiados para se reflectir sobre a actualidade. Essa função é cumprida por programas de informação de âmbito mais alargado e menos pressionados pela agenda diária das redacções. Normalmente feitos ao ritmo semanal.

É nos debates, nas entrevistas ou nas grandes reportagens que as televisões desenham, com mais nitidez, a realidade social, promovendo, desse modo, uma informação com mais *qualidade*. Tal como os telejornais, os programas de informação semanal tendem a converter o passado num presente, um tempo mais imediato, mais intenso, mais próximo.

Para que os espaços de reflexão sobre a actualidade cumpram a função a que se propõem, ou seja, ajudem os cidadãos a perceber o que de importante se passa, é necessário que se apresentem em segmentos horários acessíveis ao grande público e não a horas tardias. Acompanhando o horário nobre das diferentes estações televisivas ao longo dos últimos anos, verifica-se que a chamada “grande informação” nunca teve aí espaço cativo, ao contrário de certos programas que se convencionou serem da preferência das massas. Ontem eram as novelas brasileiras que pareciam atrair mais audiência, hoje são as produções nacionais; ontem eram os concursos, hoje são os chamados programas da vida real... Todavia, é também pela informação que uma estação pública pode começar a construir a sua identidade, apresentando-se não em termos de mera alternativa, mas, acima de tudo, fazendo da alternativa um espaço de cidadania participada.

Haverá nesta linha de actuação o perigo de construir um espaço público (televisivo) que, depois, se constata estar vazio de público. Poder-se-ia arriscar que este tipo de programa se faz para um reduzido índice de audiência. Não partilhámos tal posição. Se for bem pensado em termos de produção e realização, se houver uma preocupação com a escolha dos convidados, se não se esquecerem fórmulas de envolver os telespectadores, este tipo de programa pode assumir-se como um sério concorrente às emissões de diversão de outros canais.

1.4 – Informação desportiva⁴:

Apenas uma visão do mundo social extremamente anacrónica encontra no desporto uma dimensão inferior ou lateral da vida das pessoas. Passou há muito o tempo em que se aceitava, de acordo com os valores dominantes, que o desporto estava no pólo mais fraco das dicotomias “sério-lúdico”, “trabalho-lazer”, “obrigação-prazer”, etc., pelo que teria sempre que ser visto como

⁴ Este ponto foi redigido pelo sociólogo João Nuno Coelho, autor do livro *Portugal, a Equipa de Todos Nós – Nacionalismo, futebol e media*, Ed. Afrontamento, 2002.

secundário ou “brincadeira”. Uma das questões que importa aqui reter é a de saber se uma transmissão televisiva é, ou não, de interesse público.

No nosso país, o desporto tem um papel social crucial não só na consolidação do vínculo nacional, mas também na (re)produção das próprias identidades locais e regionais. Pensamos que não se pode duvidar do papel que as modalidades desportivas têm ao nível da formação de uma ideia de nação, nomeadamente as mais populares. Estas são formas de participação social activa, que não encontramos em muitas outras dimensões sociais.

Se pensarmos numa lógica de interesse público restrito, o que acontecerá às modalidades ditas amadoras? Onde e quando transmitir os jogos de andebol, basquetebol, voleibol, hóquei em patins, provas de atletismo, ciclismo, ténis, rali...? Onde e quando transmitir os campeonatos europeus e mundiais de natação, de atletismo, de patinagem artística, de hóquei em patins, de Fórmula 1, de motociclismo, de Ciclismo, a Volta a França em Bicicleta, a Volta a Espanha em Bicicleta, o Torneio de Ténis de Roland Garros, o Mundialito e o Campeonato do Mundo de Futebol de Praia...?

Se estivermos perante o princípio do fim da mediatização destes eventos desportivos, tal poderá significar, ao nível da divulgação das várias modalidades desportivas, uma maior dificuldade em criar novos praticantes e adeptos e, ao nível dos clubes, problemas financeiros, resultantes da desistência de patrocinadores que viam nas transmissões televisivas um importante meio de publicitação dos seus produtos.

Hoje sabemos que para muitas pessoas – praticantes, adeptos ou espectadores – o desporto é um factor central de equilíbrio social e psicológico. Mais do que isso, através do desporto representam-se ainda factos fundamentais da vida em sociedade, produzem-se identidades, potenciam-se formas de participação social activa, enfim, melhora-se a qualidade de vida. Pela nossa parte, parece claro que um serviço público de televisão deverá satisfazer minimamente os gostos de todas as “pequenas maiorias” (assim como das grandes) que formam a sociedade portuguesa.

1.5 – Conhecimento de áreas-chave da sociedade

Um alinhamento de um telejornal contém sempre uma informação diversificada, integradora de vários campos sociais. Todavia, constrangimentos editoriais e de tempo impedem que esse espaço se detenha em assuntos que passam muito para além da actualidade do dia. Também os cerca de dois minutos reservados a cada peça noticiosa fazem com que o repórter não disponha de grande liberdade para abordar factos pertinentes, mas não imprescindíveis para se perceber o que se passa. Não será, por isso, de estranhar que os públicos com ligações específicas a determinados campos (saúde, economia, novas tecnologias, ambiente, mundo das artes e do espectáculo....) se sintam frequentemente insatisfeitos com aquilo que lhes é dado a ver. Ou melhor, se revoltam (a maior

parte das vezes em silêncio) face àquilo que fica por ver. Acumulam-se, assim, saberes que, apesar de envolverem várias pessoas e terem potencialidades de melhorar a qualidade de vida dos cidadãos, ficam *inter pares*.

Por se dirigir a um vasto público e por se nortear por uma lógica de saber comum, uma televisão pública, ao incidir em zonas pouco iluminadas pelos grandes meios de comunicação, tem a vantagem de democratizar conhecimentos e de enriquecer o nosso quotidiano. Tratamentos de doenças; indústrias invisíveis, mas com grandes manifestações na nossa vida e com grande sucesso no nosso país e mesmo a nível internacional (por exemplo, a indústria de moldes para plásticos); exploração de novos “sites” da Internet; explicações acerca de factores que afectam o clima; divulgação de grupos de teatro amador... Este género de assuntos exige programas específicos, feitos preferencialmente ao ritmo semanal.

1.6 – *Descoberta de novos intervenientes sociais*

Hoje não estamos perante uma sociedade em que as classes sociais definem os estilos de vida e orientam as identidades sociais. Actualmente são os indivíduos, com a sua especificidade e um destino ainda por traçar, que dominam o tecido social, fazendo vingar a sua singularidade e lutando pela sua realização pessoal. Seria, talvez, adequado que a TV reflectisse esta tendência actual e colocasse dentro do pequeno ecrã histórias de vida que se distinguem por traços particulares, respeitando, desse modo, um dos princípios que a orientam: o da *mutabilidade*.

Enquanto que o estatuto de cidadão e o bom funcionamento do espaço público são encarados pelas instituições em termos de neutralização das diferenças de cada um, o indivíduo luta por fazer prevalecer a sua especificidade. A televisão assume-se, pois, como um palco adequado para a exposição dessas singularidades. Convinha, pois, que o serviço público de televisão cedesse aqui a palavra a uma minoria que se vai mantendo à margem das decisões, mas que, através do seu exemplo, pode ajudar-nos a perceber certos destinos da vida.

1.7 – *A voz dos cidadãos*

Ouvir aquilo que os portugueses pensam acerca de questões que estão na ordem do dia seria uma forma de a televisão pública ajudar a criar um espaço público mais interventivo. Garantindo em estúdio a presença de especialistas em matérias colocadas em discussão e disponibilizando uma linha telefónica ou um endereço de correio electrónico para quem quisesse participar, o operador público fomentaria um debate mais esclarecedor. Cultivando o imaginário da “palavra democratizada”, o espaço televisivo assumir-se-ia como uma espécie de “ágora” onde se desenvolveria uma cidadania do quotidiano.

1.8 – A televisão que se auto-explica

Se a ideia for a de implantar um serviço público orientado por uma lógica de cidadania, torna-se obrigatório que a TV pública portuguesa crie a figura do provedor para que o cidadão encontre uma instância real de acção através da qual possa manifestar-se em relação àquilo que vê. Cumprir-se-ia, assim, um dos princípios que legitimam a sua existência: *a participação dos cidadãos no funcionamento dos serviços públicos*.

A televisão pública francesa, por exemplo, dispõe de três provedores: dois para a informação e um para a programação. Este último cargo é desempenhado por Geneviève Guichenev, uma mulher com larga experiência em televisão. Numa entrevista publicada no nº 9 da *JJ*, esta provedora – que no ano 2000 recebeu 22 mil mensagens electrónicas e 900 cartas de franceses a exigirem, sobretudo, o respeito da televisão pelos telespectadores – assegurava-nos que “a existência de um provedor é um sinal de que o serviço público de televisão não é igual às emissões difundidas pelos privados. Em termos políticos, o provedor é um argumento importante para reivindicar a existência e os meios necessários para o serviço público”. No fim da conversa, deixava os seguintes alertas: “É preciso que os canais públicos manifestem estima pelos seus telespectadores. É preciso que haja alguém que lhes diga: ‘Sim, têm razão e eu vou encarregar-me de resolver o que está mal’. Temos que ser generosos com os telespectadores, e isso é uma tarefa do serviço público”.

Para além da criação da figura de um provedor, um operador público poderia ter um papel importante na desmistificação do mundo da televisão. Um programa que explicasse os mecanismos de construção da actualidade noticiosa, que mostrasse como se prepara um programa de entretenimento e que destapassem alguns truques da ficção seria adequado para promover uma educação para os *media*, particularmente para as imagens televisivas. É também este papel que Serge Tisseron (2002) atribui a um operador de serviço público. Sublinhando que “tudo ver não significa tudo compreender”, este psicanalista, estudioso da violência televisiva, encara a TV pública como um espaço privilegiado para ler melhor as emissões televisivas.

1.9 – (Novas) formas de reter a memória colectiva⁵

Dizia Patricio Guzmán, o realizador de “A Batalha do Chile”, que o documentário é o “álbum de família” de um povo. Essa expressão, depois retomada para referência da European Documentary Network, pela carga simbólica de que está investida, justificaria, só por si, motivos de sobra para uma discriminação positiva da parte do serviço público de televisão em relação ao documentário. Porque, tomado à letra, o *álbum de família* promove a identidade de quem somos e, ao fazê-lo, estabelece pontes com uma visão actualizada da

⁵ Este ponto foi redigido pelo jornalista da RTP Jorge Campos.

História. Na verdade, toda a história do século XX pode ser dada a conhecer através do documentário.

Esse conhecimento, porém, é tributário de um olhar singular que, ao contrário do que muitas vezes pretende fazer crer a cultura interna da televisão, não se identifica com a vulgata da reportagem televisiva. O jornalismo e o documentário são territórios confinantes e têm na actualidade um eixo comum. Mas, enquanto o jornalismo faz o tratamento *informativo* da actualidade, o documentário faz o tratamento *criativo* da actualidade. O vínculo que num caso e no outro se estabelece com o real é, pois, de natureza diversa. O jornalismo prossegue o mito da objectividade. O documentário reivindica o direito à subjectividade. São dois modos distintos de encarar a construção da realidade.

Pelo seu imediatismo, a televisão tem no jornalismo a expressão aparentemente mais ajustada ao seu modo peculiar de dar a ver o mundo. Por isso, as rotinas produtivas e o discurso do jornalismo exercem um efeito de contaminação com reflexos sobre outras modalidades discursivas. Esse efeito, na maioria dos casos, é redutor posto que, ao impor formatos pré-determinados, condiciona o tempo e o modo de dizer. De uma forma geral, no jornalismo televisivo institucionalizado cabe à palavra tomar o lugar de instância reguladora do sentido. Muitas vezes, o enunciado do texto prevalece sobre a lógica das imagens. No documentário, pelo contrário, propõe-se a aventura do olhar em função de um sistema de significação que remete para a gramática do cinema.

Contudo, nem o universo da televisão nem o do cinema são fechados e imutáveis. Muito pelo contrário, são universos abertos e (inter)mutáveis cuja influência recíproca é ajustada em função de um território tecnológico partilhado, e em permanente inovação, ele próprio indutor de linguagens que são consequentes dessa mesma inovação. Portanto, o problema reside mais na dificuldade de definir parâmetros de excelência do discurso e de identificação dos géneros do que propriamente em qualquer suposta incompatibilidade entre cinema e televisão. Para uma clarificação a este nível, o documentário, nas suas múltiplas modalidades, cumpre um papel insubstituível.

Tem, desde logo, um efeito pedagógico na redefinição da cultura interna do serviço público na medida em que estabelece valores de referência quer no plano do discurso, com impacto noutras áreas, em particular na Informação, naquilo que ao *saber fazer* diz respeito, quer no estabelecimento de um mosaico de programação diversificado. Dito de outro modo, dar acolhimento ao documentário não só abre novas perspectivas de relacionamento simbólico com o mundo, mas também, por via disso, obriga a subir a fasquia da exigência, o que é sempre um sinal de respeito do operador por si mesmo e pelo público. Esta aposta, que responde à interpelação de Chris Marker segundo a qual o real necessita cada vez mais de ser imaginado, exige, por outro lado, o complemento de um outro tipo de regulação a montante e a jusante da antena.

A montante na medida em que, competindo ao serviço público intervir no ordenamento da paisagem audiovisual, a visibilidade do documentário na programação contribui para dar sinais de incentivo a uma produção na qual vale a pena investir. No Reino Unido, por exemplo, estão identificadas, neste domínio, mais de mil produtoras e cerca de três mil realizadores. Há, portanto, uma procura sem precedentes do documentário, a qual resulta da convergência de duas ordens de factores: a explosão da televisão segmentada e o interesse que resulta da multiplicação de festivais especializados que são uma consequência das políticas de incentivo à produção levadas a cabo nos países da União Europeia. O serviço público tem, pois, um papel a desempenhar nesta matéria. Como tem a jusante da antena, porque lhe compete assegurar circuitos de distribuição, em função da identificação prévia de mercados potenciais, que permitam à produção nacional ir além da circulação restrita dos canais portugueses. Aliás, sendo o documentário comprovadamente um género que *viaja* bem, é possível enquadrá-lo em estratégias de co-produção, as quais, só por si, proporcionam uma exposição alargada.

Às razões enunciadas, outras poderiam juntar-se: a visibilidade que proporciona em termos da afirmação de quem somos, a relevância dos aspectos didácticos, pedagógicos e artísticos que o documentário transporta consigo, a validade de eventuais apostas em especializações temáticas tendo em vista, por exemplo, intervenções na televisão por cabo, o envolvimento que pode proporcionar com entidades das áreas da Educação e da Cultura, e a listagem poderia prosseguir...

Há, no entanto, um sublinhado reiterado e final. Qualquer que seja a sua modalidade, o documentário exige sempre a excelência do discurso e requer da parte do serviço público uma abordagem que articule essa exigência com parâmetros de intervenção que estão para além da mera exposição em antena. Daí a necessidade de introduzir critérios de rigor nos mecanismos de regulação, de modo a precisar o que produzir, como produzir, para quem, em que condições e com que efeitos pretendidos. Afinal, é assim que em países como, por exemplo, o Canadá foi possível reconhecer ao documentário o estatuto de *bem público* com todas as consequências daí decorrentes.

1.10 – *Grandes transmissões*

Uma estação de serviço público de televisão tem, entre as suas obrigações, o dever de acompanhar alguns acontecimentos. Citamos, a título de exemplo, os seguintes:

- Eleições nacionais;
- Sessões importantes do Parlamento (debates mensais, debate sobre o Estado da Nação, etc.);
- Acontecimentos (inter)nacionais imprevistos;

- Factos políticos que constituam “grandes cerimónias” (Katz e Dayan, 1999);
- Acontecimentos socioculturais que sejam momentos de “conquista/coroação” (Katz e Dayan, 1999);
- Grandes transmissões desportivas nacionais e internacionais, em relação a estas últimas principalmente aquelas em que a participação de portugueses assume grande destaque.

2 – Campo do entretenimento

A televisão norteia-se fundamentalmente pelos vectores “informar” e “entretém”. Se há emissões onde o primeiro prevalece, outras há que privilegiam o segundo. Isso não implica que as marcas de um e de outro sejam exclusivas em determinadas emissões; nem tão-pouco que um seja superior ao outro. Se há autores que sublinham o papel que a informação televisiva tem no desenho do espaço público (como, aliás, vimos no ponto anterior), outros há que vêem os programas de entretenimento como espaços propiciadores de uma “recepção ritual” (Rubin, 1984), uma modalidade de ligação ao pequeno ecrã através da qual os telespectadores encontram eficazes meios de expressão para as preocupações do quotidiano; reconhecem, por osmose, valores comuns; e descobrem, sem disso darem automaticamente conta, formas colectivas de actuação.

É nossa convicção que nem tudo o que entretém aliena. Pelo contrário, emissões deste tipo podem ser um espaço importante para nos descontrairmos das contrariedades do quotidiano (não será também isso que nos leva a ligar a televisão?) e para descobrirmos outras realidades. Não é preciso recorrer aos estudos de Dominique Pasquier, Dominique Mehl, Serge Tisseron, Conrad Kottak ou Ellis Cashmore para perceber que também é através do entretenimento que recolhemos elementos para compreender o mundo e descobrir mapas de acção. É nas emissões que pretendem propiciar momentos de descontração que se constroem mais facilmente imaginários sociais e identidades culturais.

Torna-se, pois, impensável que o serviço público de televisão ignore esta influência que as emissões consideradas de descontração têm na vida dos portugueses. É aqui que entram dois valores fundamentais do serviço público: os da *qualidade* e da *diversidade*. Mais do que programas de sucesso fácil porque exploram de forma escandalosa a tendência actual de um espaço público cada vez mais privatizado e de uma privacidade cada vez mais publicitada, seria necessária a promoção de conteúdos que se constituíssem como espelhos equilibrados desta esfera onde todos circulamos.

Uma televisão de serviço público que pretende ser uma referência não se circunscreve à transmissão de uma cultura já feita ou a formatos amplamente explorados. Antes trabalha na criação de programas a partir dos seus próprios

“modos de ver” a vida social (Martín Barbero *et al.*, 2000). É explorando novas formas e conteúdos de expressão que um operador público de televisão poderá ser um motor de procura. É olhando o lúdico como componente de uma cidadania mais equilibrada que um operador público poderá planear com coerência uma programação que encontra no entretenimento mais uma via de crescimento pessoal e, conseqüentemente, de desenvolvimento social.

A área do entretenimento – nomeadamente os programas de ficção, os concursos, a programação infantil, os telefilmes, etc. – levanta ainda a questão que diz respeito aos caminhos trilhados na concepção dos programas. Que critérios presidem à escolha de determinados formatos? De que modo é construído um guião ao nível da ficção? Quem é chamado a participar nesse processo? Que tipo de relações de trabalho estabelece a RTP com as produtoras externas? Aproveitar-se-ão todas as potencialidades da empresa para desenvolver uma produção própria? Tal como uma grelha de serviço público deve ser ponderada como um todo, também cada programa deverá ser pensado na sua globalidade como um projecto que contribuirá para a construção de uma cidadania mais participada e mais coerente com aquilo que constitui a identidade de uma nacionalidade.

Porque os programas de entretenimento são, acima de tudo, resultado da criatividade, torna-se mais difícil estabelecer conteúdos específicos. Neste ponto, apontaremos alguns géneros que pensamos serem importantes num serviço público de televisão, não sem antes sublinhar que o modo como eles são concebidos poderá determinar a sua presença/ausência de uma grelha de programação.

2.1 – *Ficção nacional e ficção estrangeira de qualidade*

A televisão em geral e a ficção em particular não são um tempo roubado ao pensamento, podendo, antes, proporcionar oportunidades para o crescimento cognitivo. São um meio de evasão, mas constituem também uma forma de recolhermos elementos para entender o mundo, reconhecer os perigos, decidir qual a acção mais apropriada em determinada situação, julgar os outros e nos conhecermos a nós mesmos.

Numa investigação centrada em dois programas de televisão, “Instit” e “Urgences”⁶, Sabine Chalvon (2001) estudou a recepção televisiva naquilo a que chamou “públicos implicados” por aquelas duas séries: professores, encarregados de educação e alunos em relação à primeira; médicos, estudantes de medicina e utentes de serviços de saúde relativamente à segunda. No seu trabalho concluiu que estas séries de ficção ajudavam a criar representações sociais novas. No caso de “Urgences”, por exemplo, os estudantes de medicina diziam que aquele espaço era simultaneamente de descontração e de revisão

⁶ Esta série passou na RTP com o nome “Serviço de Urgência”.

de matérias curriculares; os utentes dos serviços de saúde garantiam que, ao conhecerem aquilo que se passava nos corredores e gabinetes hospitalares, entendiam melhor o tempo de espera das consultas⁷.

Sendo programas abertos, conseqüentemente, com alterações a qualquer momento, as séries/telenovelas levam os espectadores a envolverem-se na construção do seu significado, o que amplia os interesses cognitivo e emocional da audiência. É certo que este envolvimento tem duas faces: se se trata de uma ficção de qualidade pode fornecer mapas de percepção da realidade que ajudam os cidadãos a integrarem-se melhor no seu meio; se a sinopse for construída sob enredos que impõem comportamentos desajustados pode provocar alguma desorientação, nomeadamente em públicos mais influenciáveis. Lembramos aqui o caso da novela “Explode Coração”, escrita por Glória Perez, que incluiu no seu enredo o problema das crianças desaparecidas, apresentando depoimentos verídicos de mães que haviam perdido os seus progenitores e de como isso provocou um forte envolvimento da sociedade brasileira ao ponto de, a 4 de Maio de 1996, o “Jornal Nacional” da Globo anunciar que, devido à novela, haviam sido encontradas mais de 70 crianças. Por outro lado, também recordamos a história de uma professora do nosso país que, um dia, se confrontou com uma iniciativa singular dos seus alunos que semanalmente preenchiam um dos seus recreios a seleccionar quem expulsavam das suas brincadeiras, transportando para a realidade aquilo que um canal de televisão privado dizia ser “a novela da vida real”.

2.2 – *Concursos*

Desenvolvendo o mecanismo lúdico como actividade vital, os concursos são encarados, por alguns investigadores, como uma “transposição mediática do funcionamento habitual da vida quotidiana: cada indivíduo está dotado de determinadas habilidades e conhecimentos que, através da actuação diária, constituem as suas armas para se integrarem e se desenvolverem em colectividade com maior ou menor êxito” (Terribas e Puig).

Desde o início da TV em Portugal, concursos de diversa natureza sempre marcaram presença numa grelha de programas, conseguindo sobreviver no tempo em que os “reality shows” invadiram o pequeno ecrã (na segunda metade dos anos 90) e em que a ficção nacional conquistou audiências inesperadas (a partir do ano 2000). Estando vocacionados para o entretenimento do público, este tipo de programas poderá constituir-se em simultâneo como um importante meio de promoção de conhecimentos vários.

Convém ter presente que a versatilidade deste género permite-lhe uma adaptação permanente às tendências dominantes em cada momento e uma incorpora-

⁷ Ao contrário da série “Instit” que era de produção nacional, “Urgences” era importada dos Estados Unidos, apresentando, por isso, idiossincrasias estranhas deste lado do Atlântico. Por exemplo, os paramédicos nos EUA têm desempenhos que na Europa são apenas permitidos aos médicos.

ção de elementos temáticos e estruturais diversificados, podendo apresentar-se, pois, como um espaço de descontração interessante. Tal como lembra Charo Lacalle (2001) num estudo dedicado aos programas de entretenimento, os concursos, contando que mantenham o traço do jogo, podem abranger uma infinidade de conteúdos (culturais, musicais, metatelevisivos....), tendo ainda a possibilidade de fomentar uma participação crescente do público, quer no *plateau* onde se desenrola o concurso, quer em casa onde o telespectador pode também envolver-se naquilo que se joga. De forma descontraída, este género pode incorporar no telespectador conhecimentos de vária ordem. Como todos sabemos, muitas vezes “é a brincar que a gente aprende”...

Refira-se ainda que, por norma, este tipo de programa tem a vantagem de criar espaços de entretenimento a custos não muito elevados, um factor importante num cenário de crise financeira.

2.3 – *Magazines e talk-shows*

Nesta sociedade pós-moderna, que é a dos nossos dias, o indivíduo procura o sentido para a sua vida afastado das meta-narrativas. Já não interessam tanto os grandes modelos que prescrevem caminhos, importam antes retratos de vida de pessoas públicas e cidadãos anónimos nos quais nos revemos ou percebemos pistas que nos ajudam a reencontrar alguns dos nossos trilhos. Assumindo-se como um espaço do quotidiano, a televisão sabe que é também através de conversas informais que consegue criar um elo com o público. É através de um regime de convivialidade no interior das suas emissões que um canal institui uma proximidade com quem está do outro lado. Não se ignore também que muitas pessoas mantêm o ecrã ligado em determinados períodos do dia, essencialmente porque encontram aí uma companhia, uma espécie de “Amigo Público” (designação, aliás, que serviu de título a um magazine da tarde apresentado na RTP em finais dos anos 90). Daí que os magazines em períodos diurnos e os *talk-shows* em períodos nocturnos sejam géneros importantes num canal televisivo generalista a operar em aberto.

Tendo a vantagem de poderem albergar uma diversidade considerável de conteúdos, os magazines televisivos são uma espécie de “carrefour” onde é possível falar de tudo. Se qualquer grelha de programas ambiciona promover “encontros” com o público (Lochard e Boyer, 1995: 95), os magazines, pela regularidade das suas emissões e pela informalidade das conversas que aí decorrem, são um género privilegiado para se cumprirem esses objectivos. Através deles, poder-se-á veicular bastante informação, mas por eles passará também a busca de uma companhia para quem se sente sozinho. Daí que seja adequado que a sua inserção na grelha se situe nos períodos matinal e/ou da tarde.

Um dos eixos de referência deste género de programa é o apresentador. Será ele o principal impulsor do elo que une o telespectador isolado a uma “comunidade imaginária” de muitos outros. Para que essa relação “vicária”

se torne menos irreal, é importante criar estratégias que transportem o cidadão para dentro do pequeno ecrã. Não nos referimos apenas à selecção diversificada de convidados, mas também a rubricas onde o cidadão comum tenha um espaço aberto para participar ou à criação de uma linha telefónica aberta através da qual cada um tenha a oportunidade de expor o seu ponto de vista. É tendo o direito à palavra que sentimos um quotidiano normal e democrático, será assim que um operador público de televisão poderá recriar pedaços da vida social que muitos não conseguem viver como gostariam.

Lugar privilegiado da “palavra profana”, o *talk-show* tem a vantagem de desenhar alguns contornos do espaço público contemporâneo, construído não apenas através de discursos racionais, mas desenhado também pelas emoções cada vez mais tidas em conta quando se analisa a estruturação social (Maffesoli, 2001). Enaltecendo a palavra-testemunho em detrimento da palavra dos especialistas, este género de programas coloca em cena um “dito” resultante de um “vivido” cujo valor é intrínseco ao sujeito que fala.

Facilmente se constata que o “*talk show*” poderá ser um terreno propício à exploração de dramas humanos, de lágrima fácil e desrespeitador dos direitos da pessoa, mas, quando assente em princípios éticos claros, ele também pode assumir-se como um momento de descontração e simultaneamente de aprendizagem, sem nunca abandonar um traço que lhe é intrínseco: o do espectáculo. Num trabalho sobre aquilo a que chama “televisão da intimidade”, Dominique Mehl deixa um alerta que nos parece pertinente: “no lugar de colocar em lados opostos o espectáculo e a reflexão, perguntemos se e como o espectáculo incita a pensar” (s/d: 181). Na nossa opinião deve ser este o raciocínio norteador de qualquer programa deste género. A diferença entre o que é inaceitável e aquilo que ajuda a perceber o que está em causa poderá estar na forma como se enquadram e exploram as emoções de quem fala.

2.4 – Programação infantil⁸

Se respeitar o princípio da *igualdade*, um serviço público de televisão não pode negligenciar uma faixa etária específica: a das crianças e adolescentes que constituem um público em formação e, por isso, mais vulnerável a influências. Se não se esquecer um valor estruturante da TV pública, o da *diversidade*, qualquer projecto de programação infantil terá de ser pensado em função da pluralidade de experiências e de realidades socioculturais do respectivo público, sendo o compromisso com um “menu misto” o mais recomendado. Isto significa que qualquer programação pensada para este nível se rodeia de especiais cuidados, particularmente a de um operador público.

⁸ Este ponto foi redigido com as notas de Cristina Ponte (autora do livro *Televisão para Crianças – O direito à diferença*, Lisboa, ESSE João de Deus, 1998) e de Sara Pereira (autora do livro *A Televisão em Família*, Braga, CESC, Universidade do Minho, 1999; está a desenvolver uma tese de doutoramento sobre a programação infantil dos canais hertzianos portugueses). Auscultou-se também a opinião de Manuel Pinto (autor do livro *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Edições Afrontamento, 2000).

Uma programação de todos e para todos, tal como vem sendo acordado quando se fala de um canal generalista de serviço público, implica, no caso da infância e da juventude, emissões dirigidas aos diferentes segmentos etários. No que ao panorama audiovisual português diz respeito, repara-se que, enquanto a faixa dos 7-10 anos tem sido privilegiada nos últimos tempos, a faixa até aos 3 anos tem sido praticamente esquecida e a idade pré-escolar começa a ser seduzida para os produtos televisivos dirigidos à faixa escolar.

Relativamente aos conteúdos, parece-nos que a produção nacional, porque falada em língua materna e assente numa realidade mais próxima da nossa idiossincrasia, seria preferível aos conteúdos importados, ainda que sejamos da opinião de que estes não devem estar, à partida, excluídos.

Nos finais dos anos 80 e início dos anos 90, a experiência da “Rua Sésamo”, uma co-produção da RTP com a Children’s Television Workshop (CTW), que há várias décadas mantém vivo este programa no canal público norte-americano, recorda que ideias exteriores à nossa realidade poderão ter sucesso. No entanto, não se esqueça também que este programa não foi directamente trasladado do outro lado do Atlântico para a grelha do canal público de TV. Antes mereceu um trabalho apurado de uma equipa específica que reuniu profissionais das ciências da educação, professores, artistas plásticos, actores, escritores, realizadores e produtores de televisão, na procura das formas mais conseguidas de apresentar aos mais novos conteúdos curriculares de natureza afectiva, cognitiva e social. Permitiu, deste modo, a constituição de uma massa crítica que tornaria possível dar continuidade ao formato em produção nacional em “O Jardim da Celeste”. Este investimento no público dos mais novos, um dos patrimónios da televisão pública, perdeu expressão nos últimos anos. Ainda que um canal generalista de televisão a operar em aberto esteja apto a estabelecer uma comunicação unidireccional com o receptor, isso não significa que não se possa descobrir estratégias para envolver os telespectadores a montante, durante e a jusante da emissão. Atender às perspectivas das próprias crianças, auscultar as suas opiniões seria, no fundo, atender aos direitos inscritos na Convenção sobre os Direitos das Crianças, ou seja, ao direito das crianças à opinião, à participação nos assuntos que lhes dizem respeito, à consulta directa.

Os direitos de participação surgem nos artigos 12º a 17º dessa Convenção. Esta estipula que os *media* têm o dever de divulgar informação para as crianças que seja benéfica do ponto de vista social, moral, educacional e cultural, e que o Estado deve tomar medidas para estimular a publicação de materiais adequados e para as proteger de elementos prejudiciais. É no sentido de um complemento ao que o mercado oferece, de valorização da cultura, da linguagem e da experiência dos mais novos, da diversidade, da garantia de acesso e da necessidade de esta questão ser enquadrada por recursos e condições para a concretização de programas de qualidade que se pronuncia a *Carta da Televisão para Crianças*, aprovada em 1995 na Cimeira Mundial sobre este tema. Deixamos aqui os seus vectores:

- As crianças devem ter programas de alta qualidade, feitos em especial para elas, e que não as explorem. Estes programas, que se somam ao entretenimento, devem permitir-lhes desenvolverem as suas potencialidades físicas, mentais e sociais.
- As crianças devem ouvir, ver e expressar a sua cultura, a sua linguagem e a sua experiência de vida, através de programas de televisão que afirmem o seu sentido de pessoas, de comunidade, de lugar.
- Os programas para crianças devem promover a consciência e a apreciação de outras culturas em paralelo com o seu contexto cultural.
- Os programas para crianças devem ser variados em género e conteúdo, mas não devem incluir cenas de violência ou sexo.
- Os programas para crianças devem ser emitidos de forma regular, quando elas estão disponíveis para os ver e/ou serem distribuídos por outros meios e tecnologias acessíveis.
- Devem ser postos à disposição fundos suficientes para que estes programas tenham elevada qualidade.
- Os governos e as organizações de produção, distribuição e financiamento devem reconhecer a importância e a vulnerabilidade da televisão do país e dar passos para a apoiar e proteger.

Sabendo-se que o consumo televisivo está condicionado pela disponibilidade do respectivo público-alvo e pode ser influenciado pela (ir)regularidade que os programas apresentam na grelha, uma programação infantil deve perseguir uma estratégia horária estável e regular, que seja conveniente para as crianças. Nesse sentido, devem ser valorizados os períodos da manhã e do fim de tarde (este último tem vindo a ser abolido nos últimos anos em quase todos os canais hertzianos).

Conceber e realizar programas que se apoiem em investigações apropriadas, centrados nas necessidades, nas características e nos desejos das crianças de diversos grupos de idade; que respeitem a inteligência, o julgamento crítico e a capacidade de reflectir da criança; que estimulem a imaginação e apresentem os diferentes meios de vida das crianças e que assegurem uma abertura ao mundo são pistas a seguir, quando se fala na programação infantil de um operador de serviço público de TV.

2.5 – Artes do espectáculo⁹

Ainda que tenha uma gramática específica, a televisão poderá constituir-se como um importante meio para consolidar a indústria do cinema, promovendo realizadores, dando visibilidade a actores desconhecidos e atraindo novos públicos que poderão facilmente transferir-se do pequeno para o grande ecrã.

⁹ Integramos aqui o cinema, a música e o teatro. A parte referente a este último foi redigida com as notas de Isabel Medina, chefe de gabinete da empresa FOCO da RTP.

Da curta à longa-metragem, um serviço público tem aqui um vastíssimo campo de intervenção.

Existindo festivais que promovem a curta-metragem, nota-se que na televisão esta forma cinematográfica ainda continua a ser remetida para zonas muito sombrias. Ao promovê-la, um serviço público de televisão incentiva esta espécie de ensaio para projectos mais arrojados, dando, simultaneamente, visibilidade a um trabalho que se difunde longe do olhar do telespectador. Há ainda a vantagem de a respectiva produção não exigir investimentos avultados.

Outra das apostas de um serviço público de televisão situa-se ao nível dos filmes, em relação aos quais se deverá ser exigente em termos de *qualidade*. Ao incentivar filmes pensados propositadamente para o pequeno ecrã, a televisão pública descobriria novos guionistas, novos realizadores, novos actores, tirando do anonimato gente que poderá ter muito talento e poucas oportunidades de o rentabilizar. Para além de ajudar a consolidar uma escola de actores de televisão e cinema, um serviço público que fizesse desta forma de cinema uma aposta regular estaria, por outro lado, a criar nos telespectadores alguma familiaridade com a produção cinematográfica.

Quanto à longa-metragem, torna-se evidente que a estratégia de uma televisão pública não poderá ter como fim unicamente a rentabilidade dos produtos. No entanto, se a película se revela de *qualidade* não seria reprovável (pelo contrário) que se pensasse em estratégias aptas a rentabilizar o investimento feito na compra dos respectivos direitos de exibição. Por exemplo, poder-se-iam apresentar propostas de permutas de *spots* promocionais, de patrocínios de programas ou de emissões especiais sobre esse filme.

As co-produções de filmes, nomeadamente os de grande público, não estão, na nossa opinião, vedados a uma TV pública. Porque não identificamos um operador público com públicos marginais, não enjeitamos a possibilidade de ele se envolver com produções que tenham, num primeiro momento, um circuito comercial em salas de cinema; num segundo momento, uma comercialização em vídeo; e finalmente uma divulgação televisiva.

Pouco difundido pelo pequeno ecrã, mas já com alguns prémios internacionais, o cinema de animação feito em Portugal mereceria uma atenção especial do operador público. Com o permanente desenvolvimento das novas tecnologias, esta forma de cinema tem grandes potencialidades de encontrar novas formas de expressão. No entanto, se a divulgação se fizer em circuitos restritos, a margem de investimento será cada vez mais reduzida, resultando daqui a decadência de um género propício a grande inovação.

Sendo um meio da imagem, à televisão poderá parecer estranha uma forma de expressão que se faz sobretudo através do som, como é o caso da música. Não o pensamos, na medida em que toda a expressão musical se faz acompanhar de uma certa encenação que acentua a sua componente espectacular. E se há espectáculos que existem independentemente das transmissões televisivas, por

exemplo, concertos ou festivais, outros há que são pensados especialmente para o pequeno ecrã, como é o caso dos “video-clips” cuja produção poderá estar dependente das possibilidades de difusão televisiva.

Tendo como valor estruturante a *diversidade*, um serviço público de televisão tem de se preocupar com a música de massas e com a de públicos mais circunscritos. Se o “rock” mais conhecido cantado em português e inglês tem lugar cativo nas emissões, porque não exigir o mesmo para a música “metal”, o “punk” ou o “rock” alternativo? Se há lugar para a música moderna portuguesa, porquê não reivindicar o mesmo para a música tradicional? Se os grupos de música ligeira (portuguesa e estrangeira) aparecem com frequência, não terão o mesmo direito os músicos e cantores de jazz?

Outro dos valores importantes do serviço público é o da *identidade nacional*. Sendo o fado uma expressão idiossincrática dos portugueses e havendo um número razoável de casas de fado, que espaço consagra a televisão pública a esta forma de música?

Dirigindo-se a maiorias, mas também a múltiplas minorias, um serviço público também encontra na música clássica (a orquestral, os concertos, a música de câmara, a ópera, o canto lírico...) e na música coral (grupos infantis, juvenis e profissionais) um campo vasto de opções. Refira-se o papel importantíssimo que uma TV pública poderia ter na divulgação da chamada música clássica contemporânea. Para além de dar a conhecer novos nomes, seria uma forma de habituar o ouvido dos telespectadores a uma sonoridade em permanente renovação.

Várias visões se misturam, quando se fala da pertinência de uma união entre teatro e televisão. Há quem defenda que se trata de formas de expressão incompatíveis: o teatro exige a presença do actor ao vivo, a interacção da plateia e do público, a livre escolha do espectador em relação àquilo que vê. A gravação para televisão inibe essa estreita relação, o espectador é manipulado pelo realizador, já que este deverá planificar a acção, o que pressupõe uma leitura dramaturgica e o estabelecimento de linhas de força que poderão não coincidir com a leitura do espectador, se a este fosse dada a possibilidade de ver o espectáculo em palco. Se quisermos adoptar o ponto de vista dos mais puristas, poderíamos ir ao ponto de assegurar que a reportagem com público, numa sala de espectáculos, em plano geral, seria a única forma possível de transmissão. Uma solução contestada, pois o ecrã dos televisores reduz os actores a pequenas figuras perdidas no espaço, sem poder suficiente para atrair o espectador, afastando-o em vez de o cativar. Outra proposta, derivada da anterior, é a de gravar com público, mas dispondo as câmaras de forma a permitir planos aproximados. Também esta alternativa não encontra eco nos agentes teatrais: a luz utilizada em teatro não é suficiente para gravação, devendo ser alterada, num compromisso que acaba por não servir nem o espectáculo, nem a gravação. A projecção de voz exigida por uma sala de espectáculos soa estranhamente, quando captada pelos microfones. O resultado é sempre um produto híbrido. Uma solução mista, juntando

a gravação com público à gravação sem público, permitindo um resultado mais televisivo, será uma das propostas mais consensuais. Mas o problema mantém-se: o “olhar” do espectador continua a ser manipulado.

Face a estas divergências, parece-nos que a questão não deverá ser colocada em termos de teatro e televisão, meios que todos reconhecem serem diferentes. Isso não significa que o texto teatral não seja passível de ser trabalhado em televisão. Pelo contrário.

O texto teatral possui uma riqueza que raramente se encontra noutras textos: em pouco tempo, é-nos contada uma estória, de forma única e poderosa, com economia de cenários e de linguagem, permitindo aos actores interpretações que os guiões para televisão poucas vezes oferecem. As dramaturgias clássica, moderna e contemporânea constituem um leque imenso de autores ímpares da literatura, que não podem ser ignorados pelo grande público. Servir o público é dar-lhe a conhecer as grandes obras desde os Gregos, a Shakespeare, Molière, Cervantes, Gil Vicente, Garrett, T. Williams, Miller, Mamet, etc... A galeria é infindável. Ao ignorá-los, a televisão pública impede o acesso das massas ao conhecimento de um dos patrimónios mais ricos, inovadores, subversivos e universais.

Seria também importante não esquecer a necessidade de divulgação do que se faz em teatro no país. E há inúmeras companhias profissionais e amadoras a fazerem um trabalho de qualidade, sem, no entanto, terem qualquer oportunidade de mostrar o que fazem. Antes do aparecimento dos canais privados, a RTP, como Televisão de Serviço Público, apresentava semanal ou quinzenalmente, programas dedicados ao teatro. Muitos desses programas, constantes dos arquivos da RTP, são um tesouro inestimável para quem pretende conhecer a história do teatro em português. Assim se preserva a memória de muitos actores, encenadores e outros criadores de teatro. Que testemunho é legado às gerações vindouras, a partir de meados dos anos noventa? Onde se poderão encontrar excertos de peças destes tempos, entrevistas que mostrem a evolução do teatro em Portugal, os seus problemas, sucessos e fracassos? Com que dados se escreverá a difícil caminhada dos que lutam pela sobrevivência do teatro em Portugal?

3 – Outros vectores a considerar

3.1 – Religiões¹⁰

Um tempo de antena reservado às diferentes confissões religiosas é um direito consagrado na Lei de Televisão e que um Protocolo entre a RTP e a Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas, assinado em 16 de Maio de

¹⁰ Este ponto foi redigido com as notas de Mário Marques, presidente da Comissão do Tempo de Emissão das Confissões Religiosas.

1997, regulamentou. Nele estipularam-se 30 minutos diários de antena, de segunda a sexta-feira, reservados aos vários credos. Foi assim que o programa “Fé dos Homens” albergou as seguintes religiões: Igreja Católica Romana, Aliança Evangélica Portuguesa, Comunidade Bahá’í de Portugal, Comunidade Hindu de Portugal, Comunidade Islâmica de Lisboa, Comunidade Israelita de Lisboa, Igreja Apostólica Católica Ortodoxa, Igreja de Jesus Cristo dos Santos dos Últimos Dias (Mormons), Igreja Velha Católica, Igreja Ortodoxa, União Portuguesa dos Adventistas do Sétimo Dia e a recém-criada União Budista portuguesa.

A continuidade deste espaço esteve dependente do protocolo acima referido que, entretanto, caducou, mas que um acordo com a Tutela prorrogou por um período de 60 dias que terminou no dia 16 de Julho de 2002, não havendo, até ao momento da escrita deste texto, decisões que garantam a sua continuidade. Poder-se-ia contrapor a esse protocolo a Lei de Televisão, mas não será suficiente lembrar a vasta comunidade católica romana e os cerca de 700 mil crentes das restantes confissões religiosas (cristãs e não-cristãs) que existem em Portugal para legitimar a presença de um espaço dedicado às religiões num serviço público de televisão?

3.2 – Protecção dos cidadãos portadores de deficiência¹¹

Cada deficiência impõe diferentes abordagens. A título de exemplo, será interessante notar que a forma de fazer face às limitações colocadas pela deficiência visual se baseia na utilização do som em substituição da imagem, solução que é, de todo, inconveniente para os portadores de deficiência auditiva. Há ainda, pelo menos, dois factores que introduzem maior heterogeneidade no universo das pessoas com deficiência e maior complexidade na sua abordagem. Temos, desde logo, a questão do grau. Refira-se o caso da deficiência visual. Para as pessoas totalmente cegas, ou com baixíssima visão, a informação escrita deve ser convertida em suporte sonoro ou em Braille, ao passo que para amblíopes (pessoas com baixa visão) a melhor solução será, provavelmente, apresentar o texto em caracteres de maior dimensão, escolhendo a melhor fonte e contraste. Para tornar tudo ainda mais complexo, temos as pessoas multideficientes. De facto, existe um conjunto não desprezível de pessoas que são portadoras de duas ou mais deficiências. Ainda a título introdutório, há que ter em atenção a dimensão deste universo: segundo o Censo de 2001, o universo das pessoas com deficiência em Portugal corresponde a uma percentagem 6,13%. Seria ainda importante ter em conta as pessoas com necessidades especiais, conceito que engloba as pessoas com deficiências, mas que vai além dele, incluindo também outros estratos populacionais que, pelas

¹¹ Este ponto foi redigido por Sérgio Gomes da Silva, jurista no Instituto de Comunicação Social, ex-membro da direcção da ACAPO e actual membro do Conselho Jurisdicional daquela associação; representante do Grupo de Trabalho de Acesso à Informação da União Europeia de Cegos.

suas circunstâncias, têm necessidades específicas. Este conceito é pertinente porque os bens, recursos, conteúdos, infra-estruturas ou quaisquer outras coisas, quer materiais, quer imateriais, de um modo geral são concebidos tendo em conta um tipo de pessoa, o Homem “normal”, ao qual, em boa verdade, poucos indivíduos correspondem. Entre outras categorias, serão pessoas com necessidades especiais:

- a) pessoas com deficiência (aproximadamente 10% da população);
- b) pessoas com baixos níveis de literacia¹²;
- c) pessoas idosas;
- d) acamados e outras pessoas com doenças de longa duração.

A consideração não apenas das pessoas com deficiência mas também de outras categorias de pessoas com necessidades especiais é produtiva, pois as soluções a adoptar para as primeiras poderão ser aproveitadas pelas segundas, aumentando significativamente o universo dos seus destinatários.

Para reflectir sobre os caminhos a trilhar por um serviço público de televisão de modo a satisfazer as pessoas com deficiência, começamos por distinguir dois vectores:

- a acessibilidade;
- os conteúdos.

A *acessibilidade* tem a ver com a possibilidade de as pessoas usufruírem dos bens, recursos ou conteúdos que são colocados ao seu dispor. A abordagem ideal é a do “design for all” (“desenho universal”) que consiste no princípio de que os bens, infra-estruturas, recursos ou conteúdos devem ser concebidos tendo em conta as especificidades ou necessidades do maior número possível de indivíduos. Quanto a medidas que melhoram o grau de acessibilidade das emissões televisivas, apontamos as seguintes:

- Dobragem de programas em língua estrangeira;
- Utilização de tecnologia que permita a conversão das legendas escritas em informação sonora (“audio captioning”);
- Utilização da áudio-descrição, que se consubstancia na introdução de informação sonora sobre determinados aspectos que são essenciais para que alguém que não consegue acompanhar cabalmente a narração visual da história a possa compreender. Essa informação incidirá, designadamente, sobre o contexto, acções, expressões faciais, gestos e movimentos;

¹² De acordo com o estudo da OCDE “Literacy in the Information Age”, publicado em 2000, 77% da população portuguesa tem baixos níveis de literacia. Segundo este estudo, são consideradas com baixos níveis de literacia as pessoas que, numa escala de 1 a 5, estão no nível 3 ou inferior.

- Tradução para língua gestual e para legendas de toda a informação relevante apresentada sob a forma sonora¹³;
- Possibilidade de o utilizador escolher o tipo de fonte, o tamanho, o contraste e outras características das legendas, bem como a dimensão da janela em que aparece o tradutor e de outros elementos relevantes para a sua percepção.

Com a introdução da televisão digital, surgem novos problemas de acessibilidade que devem ser acautelados. Do ponto de vista tecnológico, a forma de garantir o acesso poderá passar pela adopção de soluções similares às adoptadas para permitir o acesso aos sistemas informáticos convencionais, ou seja:

- disponibilizar a informação em formatos pré-definidos e reconhecíveis por leitores de ecrã (“screen readers”);
- dotar os equipamentos de leitores de ecrã de sintetizadores de voz e de conexões para periféricos como linhas braille.

Algo importante para que as pessoas com deficiência possam tirar (maior) proveito dos programas televisivos tem a ver com aquilo a que, talvez, se possa chamar a qualidade da realização. Factores como:

- a qualidade/definição/clareza da imagem;
- o jogo de cores utilizado e o respectivo contraste;
- a simplicidade da linguagem e da narrativa;
- a eliminação de “ruídos”;

podem potenciar a utilidade dos programas televisivos para as pessoas com deficiência.

Quanto aos *conteúdos* propriamente ditos, será pertinente notar que os diversos grupos de pessoas com deficiência possuem necessidades específicas de programação, designadamente ao nível da informação, que não são preenchidos pela actividade corrente das televisões. Atendendo a que vivemos numa época em que tudo aquilo que “não passa” na televisão é votado a uma espécie de submundo obscuro, é fundamental que as pessoas com deficiência não sejam ignoradas pela televisão, sob pena de a sua aceitação social, em vez de melhorar, piorar. Assim, seria importante que os programas televisivos, por exemplo os de ficção, incluíssem, entre o seu elenco, personagens com deficiência, apresentando-as de um modo natural, não recorrendo a estereótipos como os do “coitadinho” ou do “génio”.

¹³ A língua gestual não deve apenas aplicar-se aos discursos ou diálogos. Por exemplo, pode ser indispensável para a compreensão do programa saber que um carro buzinou ou que se ouviu o barulho de uma porta a fechar ou de um estalido.

Seria também particularmente importante que as pessoas com deficiência não fossem discriminadas no acesso à televisão. Recorde-se que, num passado recente, foram tornados públicos casos de pessoas que viram vedada a sua participação em concursos televisivos por estes não terem sido pensados também para elas.

Nota final

Os vectores atrás enunciados constituem, na nossa opinião, pistas a ponderar, quando se fala de um serviço público de televisão. Haverá eventualmente outros a considerar. Com diferentes argumentos e perspectivas Os que são aqui destacados correspondem a um entendimento de serviço público que deixámos nas primeiras páginas deste capítulo e que é partilhado por muitos investigadores que tomam o audiovisual como objecto de análise.

Propositadamente, não propusemos qualquer grelha de programação, nem tão-pouco avançámos com palpites sobre o número de canais obrigatórios numa televisão de serviço público. O nosso propósito é (apenas) o de contribuir para alargar o debate em torno desta problemática, tornando visíveis alguns dos seus meandros.

Bibliografia

- BLUMLER, JAY (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- BLUMLER, JAY E HOFFMAN-RIEM, WOLFGANG (1992), “New Roles for Public Service Television” in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- CEBRIAN HERREROS, MARIANO (1998), *Información Televisiva: mediaciones, contenidos, expresión y programación*, Ed. Síntesis.
- CHALVON, SABINE (2001) “Fiction et expérience”, Conferência proferida nos Cursos de Arrábida, subordinados ao tema “Públicos, televisão” (texto policopiado).
- COELHO, JOÃO NUNO (2002) *Portugal, a Equipa de Todos Nós – Nacionalismo, futebol e media*, Ed. Afrontamento.
- CORTÉS JOSÉ ANGEL (1999), *La estrategia de la seducción. La programación en la neo-television*, Eunsa.
- DAHLGREN, PETER (1997), “El periodismo televisivo como catalizador” in Daniel Dayan (ed.), *En busca del público*, Gedisa Editorial, Barcelona.
- ECO, UMBERTO (1985), “De la paléo-télévision à la néo-Télévision”, *La Guerre du faux*, Grasset.
- EHRENBERG, ALAIN (1995), *L'Individu incertain*, Col. Pluriel.
- ESQUENAZI, JEAN-PIERRE (ed.) (1997), *La Communication de l'information*, Coll. Champs Visuels, Éditions L' Harmattan, Paris.

- GIDDENS, ANTHONY (1998), *Sociología*, Ed. Alianza Editorial, 3.^a ed.
- GONZALEZ REQUENA, JESÚS (1995), *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Catedra. Madrid.
- HOFFMAN-RIEM, WOLFGANG (1992), "Protecting Vulnerable Values in the German Broadcasting Order" in <http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tv-index.htm>
<http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tvpublicacalidad.htm>
- ISAR, HERVÉ (1995), *Le Service public et la communication audiovisuelle*, Presses Universitaires d'Aix-Marseille, Collection Droit de l'Audiovisuel.
- JOST, FRANÇOIS (2001), *La Télévision du quotidien : Entre réalité et fiction*, Ed. De Boeck Université, Bruxelles.
- JOST, FRANÇOIS; LEBLANC, GÉRARD (1994), *La TV française - Au jour le jour*, Ed. INA/anthropos.
- KATZ, ELIHU; DAYAN, DANIEL (1999), *A História em Directo - Os acontecimentos mediáticos na televisão*, Ed. Minerva, Coimbra.
- LACALLE, CHARO (2001), *El espectador televisivo - Los programas de entretenimiento*, Ed. Gedisa.
- LACHAUME, JEAN-FRANÇOIS (1989), *Grands services publics*, Masson, Paris.
- LE DIBERDER A. E COSTE-CERDAN, N. (1990), *Romper las cadenas. Introducción a la post-televisión*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona.
- LEBLANC, GÉRARD (1987), *Treize heures/Vingt heures - Le monde en suspens*, Hitzeroth.
- LOCHARD, GUY ET BOYER, HENRI (1995). *Notre écran quotidien*, Dunod, Paris.
- LOPES, FELISBELA (1999) *O Telejornal e o Serviço Público*, Ed. Minerva, Coimbra.
- LUHMANN, NIKLAS (1992). *A Improbabilidade da Comunicação*, Ed. Veja, Passagens.
- MACÉ, ERIC (2000). "Qu'est-ce qu'une sociologie de la télévision? Esquisse d'une théorie des rapports sociaux médiatisés", *Réseaux*, n° 104.
- MAFFESOLI, MICHEL (2001), *O Eterno Instante: O retorno do trágico nas sociedades pós-modernas*, Ed. Piaget, Col. Epistemologia e Sociedade.
- MARTÍN BARBERO ET AL. (2000), "Televisión Pública, Cultural, y de Calidad", *Revista Gaceta*, n° 47 Ministério de Cultura (documento consultado em: <http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/television/tvpublicacalidad.htm>)
- MAZZOLENI, GIANPIETRO (1992), "Is there a Question of Vulnerable Values in Italy?" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- MCQUAIL, DENIS (1992), "The Netherlands: Safeguarding Freedom and Diversity under Multichannel Conditions" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- MCQUAIL, DENIS (1994), *Mass Communication Theory - An introduction*, Sage Publications, 3rd Ed. London.
- MEHL, DOMINIQUE (1993), "Décideurs et professionnels : les fractures" in *Sociologie du Travail*, XXXV/4, Dunod.

- MEHL, DOMINIQUE (s/d), *La Télévision de l'intimité*, Essai Politique, Seuil.
- MISSIKA, JEAN-LOUIS ET WOLTON, DOMINIQUE (1983), *La Folle du Logis : La télévision dans les sociétés démocratiques*, Gallimard, Paris.
- NEGRI, ALBERTO; SIGNORELLI, PAOLO; E DE BERTI, RAFFAELLI (s/d), "Scènes de la vie quotidienne" in *Sociologie de la Communication* (dir.) Paul Beaud et al., Ed. CENT, Col. Réseaux, Paris.
- NEL, NOËL (1990), *Le Débat télévisé*, Armand Colin.
- PEREIRA, SARA (1999), *A Televisão em Família*, CESC, Universidade do Minho, Braga.
- PINTO, MANUEL (2000), *A Televisão no Quotidiano das Crianças*, Edições Afrontamento.
- PONTE, CRISTINA (1998), *Televisão para Crianças, o Direito à Diferença*, ESSE João de Deus, Lisboa.
- PONTIER, JEAN-MARIE (1996), *Les Services publics*, Hachette Supérieur, Paris.
- RICHEN, GIUSEPPE "Aqui, Europa" in *La Televisión Que Viene: nuevas tendencias en programación*, de Carmen Peñafiel et al., Servicio Editorial Universidad del País Vasco, Bilbao, 1991.
- RIZZA, NORA (1989), *Construire palinsesti. Modalità logiche e stili della programmazione televisiva tra pubblico e privato*, RAI-VQPT – ver Réseau, n° 44-45
- RUBIN, A. M. (1984), "Ritualized and Instrumental TV Viewing", *Journal of Communication*, 34 (3).
- SAPERAS, ENRIC (1993), *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, Edições Asa.
- SILVERSTONE, ROGER (1998), "Television, Myth and Culture" in Carey, J. W. *Media, Myths and Narratives. TV and Press*, Beverly Hills, Sage.
- TERRIBAS, MÓNICA Y PUIG, CARMINA (s/d) "La teatralización de la esfera privada y la hibridación de los géneros televisivos. El caso Big Brother" (documento consultado em: Tisseron, Serge (2002), *L'Intimité surexposée*, Ed. Ramsay.
- WOLTON, DOMINIQUE (1992), "Values and Normative Choices in French Television" in Jay Blumler (ed.), *Television and the Public Interest*, Sage Publications, London.
- WOLTON, DOMINIQUE (1997), *Penser la communication*, Ed. Flammarion.

Relatórios

- (1989), BROADCASTING RESEARCH UNIT, *Quality in Television – Programmes, Programme-Makers, Systems*, London, John Libbey & Company.
- (1994), *L'Avenir de la télévision publique*, Collection des Rapports Officiels, La Documentation Française, Paris.

Revistas

- JJ, *JORNALISMO E JORNALISTAS*, n° 9, Janeiro/Março de 2002 – Entrevista com a Provedora para a Programação da TV pública francesa, Geneviève Guichenev, feita por Felisbela Lopes.

V. A publicidade e o serviço público de televisão (o caso RTP). Contributos para uma reflexão

Helena Gonçalves e Helena Pires*

1. Introdução

Pensar a publicidade no quadro do actual debate nacional sobre a RTP exige, antes de mais, uma profunda reflexão sobre o sentido de um “serviço público” e a pertinência de um canal televisivo com características específicas, para assim, de seguida, questionar o cabimento da comunicação publicitária nesse mesmo espaço. É desta última que pretendemos aqui dar conta, já que o esclarecimento da sua natureza, bem como das respectivas implicações sociais, económicas e culturais, permite reconhecer a publicidade enquanto *serviço*, veiculado no âmbito da esfera pública e em articulação com a esfera privada do consumo.

Visivelmente integrada na paisagem urbana, sobretudo no mundo ocidental, há muito que nos habituámos à presença da publicidade em todas as rotinas do nosso quotidiano. Desde a chamada publicidade exterior, na paragem do autocarro ou do metro (e na decoração dos mesmos), nas paredes e ruas das cidades, em suportes diversos, tais como *mupis*, painéis luminosos e afins, até aos anúncios em jornais e revistas, aos *spots* publicitários na rádio, aos *banners*, na Internet, isto já para não falar na quantidade brutal de *mailing*, atolhado nas caixas do correio, por vezes apesar do dístico: “Publicidade não endereçada. Não, obrigado”¹.

E se tomarmos a televisão como um mundo paralelo àquele que acabámos de descrever, um *metamundo* que, por sua vez, remete para outros mundos, então

* Docentes da Universidade do Minho (hgoncalves@ics.uminho.pt; hpires@ics.uminho.pt).

¹ Lei n.º 6/99, 27 de Janeiro de 1999, Instituto do Consumidor.

deparamo-nos com paisagens semelhantes, animadas por anúncios que nos falam de automóveis topo de gama, de detergentes cada vez mais perfumados e que cada vez lavam mais e melhor, de margarinas sem sal, especialmente concebidas a pensar no nosso coração. São vários os anúncios publicitários que passeiam perante os nossos olhos: ora odiados, porque vêm interromper a emissão de um determinado programa, ora apreciados, porque nos convidam a conhecer as vantagens de um dado produto ou, simplesmente, nos fazem soltar o riso e a imaginação. Estaremos, assim, a assistir a um cenário entrecortado por programas *versus* publicidade? Nas nossas séries preferidas, o *décor* reveste-se de sugestões dirigidas ao nosso apetite de consumo, desde os refrigerantes que refrescam os actores em cena, aos pacotes de batatas fritas estrategicamente colocados no enquadramento das câmaras. O mesmo se passa quando assistimos, por exemplo, na televisão, a um jogo de futebol e consumimos, distraidamente, mensagens publicitárias várias, muitas vezes sem disso termos mesmo consciência. Apesar da obrigatoriedade da identificabilidade da publicidade (art. 8º CP) – nomeadamente pela apresentação de um separador no início e fim do espaço publicitário –, tudo parece apontar para um progressivo esbatimento das fronteiras entre publicidade e programação², facto que é, aliás, referido como uma das futuras tendências dos serviços de televisão digital interactiva³.

Enfim, se concebermos a televisão como o tal *pequeno mundo* que atrás referimos, no qual reconhecemos a nossa identidade porque reconhecemos que é do nosso mundo que esse mundo fala, então, admitir uma televisão sem publicidade é aceitar um mundo estranho ao mundo que conhecemos, uma paisagem atópica, sem qualquer relação com a realidade envolvente. Mais ainda, como é possível defender um serviço público de televisão cuja finalidade principal é a defesa e promoção da cultura e das identidades e, simultaneamente, expulsar para fora desse espaço aquilo que constitui a encenação do mundo que habitamos?

A partir dos discursos publicitários são emitidas vozes, várias vozes, como diria Ducrot (cf. 1990), que nos chegam aos sentidos, orquestrando uma polifonia de dizeres, de lugares-comuns (*topoi*) por onde deslizamos, a fim de nos inteirarmos daquilo que nos faz pertencer a uma comunidade, participar de uma esfera pública (ver noções de *espaço público/privado* em Habermas, 1986), isto é,

² Este princípio tem sido, por diversas vezes, violado. Veja-se o seguinte exemplo: “Constitui violação do princípio da identificabilidade a emissão de publicidade durante a transmissão do sinal horário que antecede imediatamente a transmissão, em alguns operadores televisivos, dos seus blocos informativos ou de notícias, na forma como tal emissão tem vindo a ter lugar. Durante este sinal horário é transmitida em simultâneo publicidade a produtos ou serviços, sem que se observem sinais ópticos a separar este tipo de acção publicitária da restante programação, apesar de os operadores inserirem a palavra *publicidade* na imagem existente no ecrã” (José, 1999: 145). Para esta ambiguidade contribuem ainda os patrocínios em publicidade televisiva, nomeadamente o chamado “product placement”, os quais, por definição, e de forma mais ou menos directa, se caracterizam pela participação na produção e realização dos próprios programas.

³ Sobre esta questão referiu-se Nuno Conde, em comunicação apresentada na Escola Superior de Comunicação Social, Lisboa, a 6 de Junho de 2002, intitulada “Publicidade – Aspectos legais. O patrocínio e a publicidade na televisão”.

reconhecer a nossa identidade, tecida no quadro de uma cultura comum. Cultura que se traduz, nomeadamente, em todos os bens de consumo que dinamizam a nossa sociedade (cf. Baudrillard, 1995). Desde o cinema e o espectáculo aos detergentes e enlatados, tudo se coisifica e transforma em produto para consumo para assim, através dos *media* e, mais especificamente, da publicidade, ser devolvido ao mundo e adquirir uma verdadeira personalidade. Assim, ao mesmo tempo que, como refere Qualter, “a publicidade é em grande medida a criadora da cultura de massas, tal como a conhecemos, e definidora dos seus valores” (1994: 20), ela é expressão e manifestação dessa mesma cultura. Este processo de interacção da publicidade com os consumidores ultrapassa, pois, os fins estritamente comerciais. Além de promover a aquisição de bens de consumo, configura modelos de comportamento e define sistemas de valores. O que quer dizer que a publicidade é um instrumento imprescindível à formação cívica e ética dos cidadãos, pois enquanto discurso veiculado através dos *media* é uma forma privilegiada para sensibilizar a opinião pública para questões comuns, tais como as de defesa e protecção do meio ambiente, as de saúde e higiene, de educação e pedagogia do consumo, questões que ultrapassam as fronteiras nacionais e se inserem numa lógica mais ampla, quer comunitária quer mesmo planetária.

2. A questão da publicidade no âmbito do actual debate sobre o serviço público de televisão (o caso da RTP)

Neste ponto, é nosso propósito, por um lado, equacionar a forma como tem sido abordada a questão da publicidade no contexto do actual debate, veiculado nos *media*, sobre o serviço público de televisão (o caso RTP); por outro, lançar para a mesa algumas dimensões, próprias da actividade e da natureza publicitárias, não consideradas nesta discussão. Procuraremos, desta forma, contribuir para um maior esclarecimento deste tema.

Após leitura atenta e sistemática de artigos publicados na imprensa, referentes ao assunto em causa, podemos antes de mais constatar que, na generalidade, a publicidade televisiva é apresentada em debate numa perspectiva exclusiva de mercado e numa lógica adstrita ao financiamento dos *media*. Além disso, apesar de ocupar uma parte considerável da emissão e de se inserir de forma articulada, nem sempre alternada, com a restante programação, a publicidade é apontada como um elemento estranho ao meio de que faz parte, como um ruído perturbador da paisagem televisiva, antagonista de valores tão defensáveis quanto a qualidade e a informação, a liberdade e a cidadania. Associada ao “telelixo” que, supostamente, caracteriza a nossa televisão, a publicidade é totalmente confundida com “financiamento comercial”, o que aliás vai ao encontro de um determinado registo que coloca a questão do financiamento

da RTP acima de qualquer reflexão sobre a natureza do meio ou o sentido e a verdadeira pertinência de um serviço público de televisão, dando-se preferência a uma discussão de ordem logística e redutora.

2.1 O financiamento do serviço público de televisão.

Portugal no contexto da União Europeia

Em primeiro lugar, tomando por referência quer o disposto no *Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão* (de 31 de Dezembro de 1996) quer, a nível da Comunidade Europeia, os princípios e as recomendações constantes do *European Institute for the Media* sobre esta matéria (cf. Price e Raboy, 2001), defendemos que não há qualquer incompatibilidade, *a priori*, entre a natureza da publicidade e os valores que, supostamente, devem reger um serviço público de televisão.

Se compararmos o nosso sistema com as modalidades de financiamento do serviço público de televisão dos restantes países da União Europeia, verificamos que, com excepção da Suécia, da Finlândia, e do Reino Unido no que diz respeito ao operador público BBC⁴, a televisão pública dos Estados-Membros é financiada por um sistema misto de fundos públicos, taxas e outras dotações, e de publicidade e outras receitas comerciais (patrocínio, venda de programas, *merchandising*, *pay tv* e outras). Contudo, a diferença entre eles está, precisamente, quer no peso que as receitas públicas representam face à publicidade e outras receitas comerciais, quer na existência ou inexistência da taxa como forma de financiamento do serviço público. De um lado, há um conjunto de países, entre os quais se inclui Portugal, os Países Baixos, Luxemburgo, Grécia, Espanha e Bélgica (com. flamenga), cujo sistema de financiamento público exclui a taxa e apenas conta com uma determinada dotação orçamental; do outro, há aqueles que, em termos de fundos públicos, contam exclusivamente com a taxa (tal é o caso da Suécia, da Irlanda e da Dinamarca); finalmente, há a referir os Estados restantes – Reino Unido, Itália, França, Finlândia, Bélgica (com. francófona), Áustria e Alemanha – que apresentam, simultaneamente, a taxa e outras dotações enquanto modalidades de financiamento público dos respectivos serviços públicos de televisão.

A este propósito, como já referimos, o *European Institute for the Media* publicou, em Novembro de 2001, um documento relativo a um estudo comparativo sobre a legislação e as políticas dos *media* na União Europeia. Uma das questões tratadas neste relatório é, precisamente, a do financiamento. A defesa de princípios tais como a universalidade, a diversidade, a diferenciação e, sobretudo, a independência estão na base desta preocupação. Portugal é aí

⁴ Já no que diz respeito ao canal de serviço público Channel 4, cerca de 99% do respectivo financiamento provém de receitas comerciais, em particular a publicidade e o patrocínio.

apontado como um mau exemplo, na medida em que lhe é diagnosticado um progressivo declínio em termos de perda de diferenciação entre o respectivo serviço público de televisão e os operadores privados, SIC e TVI. Tal avaliação dá conta de um sistema claramente dependente das receitas publicitárias, em resultado de uma dotação orçamental insuficiente e condicionante (com limitações sobre a forma como essa verba deve ser gasta, com obrigações ao nível do apoio às orquestras e a determinados programas educativos, etc.). É sabido que, a partir de 1992, esta situação se veio a agravar, com a entrada no mercado dos operadores privados e a conseqüente diminuição, para a RTP, das receitas publicitárias. Em contraposição, surge a Suécia, como um bom exemplo em termos de serviço público de televisão, com um *share* em horário nobre muitas vezes superior a 50% e com padrões de qualidade de programação elevados. Ao contrário do nosso país, a entrada no mercado, em 1991, dos operadores privados suecos, TV3 e TV4, não abalou a televisão de serviço público, SVT, embora tal facto tenha exigido uma redefinição estratégica e tática⁵. Segundo o *European Institute for the Media*, o modelo para um financiamento ideal do serviço público de televisão define-se do seguinte modo:

- suficientemente substancial para criar um verdadeiro concorrente aos canais privados;
- independente do governo e de outras influências⁶;
- previsível a médio prazo;
- com um crescimento similar ou superior ao ritmo dos custos de radiodifusão pública;
- suficientemente simples e estável de modo a que possa ser administrado com um mínimo de controvérsia política.

2.1.1 O financiamento do serviço público de televisão em Portugal.

Algumas recomendações

Sobre o modelo ideal de financiamento do serviço público de televisão em Portugal, pensamos nós que, apesar da natural preocupação de articulação com as políticas para os *media* na União Europeia, é imprescindível atender às singularidades históricas, culturais, económicas e outras dos vários Estados-Membros, sob pena de determinadas recomendações não servirem de igual modo diferentes sistemas e situações particulares.

Não nos cabe, neste trabalho, indicar os procedimentos concretos a implementar, no sentido da reestruturação da RTP, no que diz respeito ao financiamento. Contudo, dadas as condições económicas, ainda desfavoráveis, do

⁵ Esta redefinição passou, nomeadamente, pela colocação dos seus programas de entretenimento no início do "peak time".

⁶ Portugal, a este respeito, é apontado como um caso de total dependência quer do mercado, principal fonte de receitas, quer do Governo, acusado de manter a RTP a navegar ao sabor das vontades políticas, imprevisíveis quanto à atribuição de verbas orçamentais ao serviço e quanto à pontualidade do referido pagamento.

nosso país, e alguns entraves de índole cultural – já que um serviço público de qualidade corresponde, sobretudo, a uma profunda consciência ética e de cidadania –, julgamos que seria razoável, de acordo com o contexto nacional e com as tendências comunitárias, manter um sistema misto de financiamento, embora mais equilibrado entre os fundos públicos e comerciais, de modo a garantir a absoluta independência do serviço público de televisão quer do Governo quer do mercado. Reconhecemos a importância de uma dotação orçamental suficientemente estável, capaz de garantir a independência económica do serviço público face ao mercado. No entanto, admitimos seguramente a publicidade e outras receitas comerciais (tais como patrocínio, venda de programas, *merchandising*, *pay tv* e outras) como fontes de receita complementar, imprescindíveis à produção de uma programação exigente, de qualidade e vocacionada para todos os públicos. Subscrevemos, aliás, um relatório do Senado Francês que diz que “para as gerações mais jovens, a ausência de publicidade pareceria suspeitosa, um sinal algo elitista, por isso aborrecida, mesmo quadrada” (citado por Price e Raboy, 2001: 9). Neste relatório, podemos ainda ler: “a publicidade, usada com moderação, evita que as redes públicas fiquem fora da paisagem audiovisual, enquanto mostram a sua diferença” (*idem*).

A alienação do serviço público de televisão ou a sua substituição por um serviço com apenas um canal, sem publicidade, no dizer de algumas opiniões, iria trazer vantagens aos canais privados que, apesar da actual saturação beneficiariam, mesmo assim, deste “bolo publicitário”⁷, além de que uma parte dessa parcela do mercado reverteria a favor de outros meios, nomeadamente a imprensa (partindo-se do pressuposto da exiguidade do mercado); contudo, as agências de publicidade teriam dificuldades na execução das estratégias de meios, os quais não são, deste ponto de vista, exactamente substituíveis entre si, e assistir-se-ia a uma acentuada concentração dos investimentos publicitários nos dois grupos de *media* correspondentes aos canais privados, através de cruzamentos de investimentos nos outros meios desses grupos.

Estes argumentos têm sido essencialmente apontados pelos *defensores de um serviço público com publicidade*. A actual crise económica, inevitavelmente estendida ao sector publicitário⁸, torna esta questão num dos pontos mais sen-

⁷ Neste caso, a redução da oferta conduziria a uma subida dos preços da publicidade televisiva, em resultado do aumento da concorrência entre os anunciantes e tendo em conta os limites legais ao tempo de emissão da publicidade.

⁸ “Os dados disponibilizados por um estudo inter-empresas originado pelas quatro centrais de meios que operam no nosso país permitiu comprovar que o mercado publicitário decresceu efectivamente 6,2% em 2001 e que, até Fevereiro do ano corrente, o decréscimo relativamente ao mesmo período do ano anterior é já de 16%!” (João Loureiro, “Recessão não acaba por decreto” in Revista do DN, 24 de Maio de 2002).

Veja-se ainda artigo do *Expresso* (Suplemento Economia, p. 12), de 27 de Julho de 2002, com subtítulo: “Publicidade em recessão e vendas em quebra...”. E ainda, mais recentemente, a 31 de Agosto de 2002, no mesmo jornal (Suplemento Economia, p. 8), “A crise do mercado publicitário também chegou aos jornais de circulação gratuita e já obrigou o *Jornal da Região*, projecto mais antigo nesta área, a fechar edições, a despedir 35 pessoas e a alargar a distribuição” ou, em 14 de Setembro de 2002 (*Expresso*, Suplemento Economia, p. 7), “PT corta 22% de gastos em publicidade. PT e EDP apresentaram resultados marcados pela retração da economia”.

síveis no que toca à discussão sobre a inserção ou a ausência de publicidade no serviço público de televisão. De facto, neste contexto, retirar a publicidade à RTP significaria, segundo os críticos deste hipotético cenário, “o aparecimento no mercado publicitário televisivo de uma situação de duopólio, aviltando as condições de concorrência que são apanágio das economias livres e abertas” (João Loureiro, “Recessão não acaba por decreto” in Revista do DN, 24 de Maio de 2002). Esta concentração nos canais privados, SIC e TVI, levaria, por sua vez, a um aumento significativo dos preços da publicidade televisiva (atendendo a que as televisões estão limitadas por lei em relação ao tempo de difusão de anúncios⁹), o que resultaria quer na diminuição da margem comercial das agências e centrais de compra, quer na expulsão dos pequenos anunciantes para fora deste meio, os quais perderiam, necessariamente, competitividade no mercado¹⁰.

2.2 A qualidade de programação do serviço público de televisão e a publicidade. Uma exigência comum

Tal como consta no *Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão*, “através da programação dos dois canais, o Serviço Público de Televisão deve contribuir para tornar o público mais exigente, procurando alargar as suas audiências pela isenção e qualidade da programação e não pela submissão a imperativos publicitários”. Logo aqui, há que colocar algumas interrogações ao pressuposto de que os “imperativos publicitários” são, à partida, impeditivos de uma programação de qualidade. Tal convicção, aliás transversal ao actual debate sobre o serviço público de televisão, assenta na ideia de que o financiamento da RTP, ao depender das receitas da publicidade, obriga o serviço público a uma subordinação à lógica do mercado – isto é, à lógica das audiências – e a entrar, deste modo, em concorrência directa com os canais privados de televisão, nomeadamente pela adopção de estratégias programáticas semelhantes (programas de “má qualidade”, posicionados, sobretudo, em horário nobre). Ora, precisamente, a respeito deste argumento, que tem servido os defensores de um serviço público sem publicidade ou, em alterna-

⁹ Tal como consta no Código da Publicidade, “1 – O tempo consagrado à publicidade não pode ultrapassar 15% do período diário de transmissão, salvo no caso de incluir formas de publicidade referidas no número seguinte, caso em que essa percentagem pode ir até 20%, desde que o volume das mensagens publicitárias propriamente ditas não exceda 15%; 2 – As ofertas directas ao público com vista à venda, compra ou aluguer de produtos, ou à prestação de serviços, não podem exceder uma hora por dia; 3 – O tempo de emissão consagrado às mensagens publicitárias em cada período de uma hora não pode exceder 20%” (Decreto-Lei n.º 61/97, de 25 de Março, artigo 26.º)

¹⁰ Segundo João Carlos Oliveira, presidente da Associação Portuguesa de Agências de Publicidade e Comunicação (APAP), “Os pequenos anunciantes, que muitas vezes são empresas portuguesas que concorrem com multinacionais, deixarão de ter meios financeiros para anunciar na televisão, perdendo competitividade” (in Revista do DN, 24 de Maio de 2002).

tiva, predominantemente financiado pelos fundos públicos (taxas e/ou outras dotações), sugere-se uma breve reflexão.

O conceito de “qualidade de programação” tem sido muitas vezes apresentado como um dado indiscutível. Mas será que os consumidores de televisão têm uma ideia clara sobre este valor? São capazes de identificar e de classificar determinados programas em função da qualidade? E, se o são, é sobre estes que recaem as suas preferências e gostos?

Em 1999, no Chile, no âmbito do Conselho Nacional de Televisão, foi realizado um estudo, intitulado *Percepciones sobre Calidad en la Televisión*, cujas conclusões nos parecem particularmente interessantes. Tratando-se de uma pesquisa de opinião, a operacionalização deste conceito passa, neste estudo, pela avaliação da “percepção de qualidade”, mas também pela relação entre esta dimensão e a “preferência” ou o “gosto”, induzida a partir do discurso dos inquiridos. Os resultados apontam para uma percepção da qualidade que passa pela referência a determinados programas concretos, a partir dos quais se podem inferir um conjunto de características mais gerais, relativas aos géneros televisivos aos quais pertencem¹¹. Segundo este relatório, as audiências demonstram ter uma percepção clara quer sobre os conteúdos que consideram indicativos da qualidade dos programas – tais como “informação de actualidade”, “informação sobre o ser humano, a vida e a cultura”, “divulgação científica” e “reforço dos valores” –, quer sobre as características técnicas que consideram indicativas do mesmo (profissionalismo técnico, edição e realização, estética, etc.). A principal conclusão deste estudo diz-nos, no entanto, que a percepção de *qualidade* em televisão é muitas vezes relativa. Isto é, apesar de manifestarem possuir uma noção clara do valor de qualidade de programação televisiva, induzido a partir de múltiplos indicadores, os inquiridos admitem que, por vezes, as suas preferências e o seu gosto recaem sobre outro tipo de programas: “Evidencia-se que existe uma relação ambígua entre as preferências programáticas e a percepção de qualidade dos programas. A qualidade aparece como parte importante do discurso televisivo das pessoas, mas o seu consumo não depende só da qualidade”.

A partir desta pesquisa, embora se imponham algumas reservas próprias da diversidade dos contextos, podemos facilmente depreender a complexidade que caracteriza o processo de consumo, e especificamente o consumo de televisão. As motivações que levam um telespectador a consumir determinados programas em detrimento de outros são de diversa natureza e cumprem os mais variados objectivos, os quais poderíamos sintetizar em duas vertentes, perfeitamente conciliáveis entre si: a procura de informação, nomeadamente sobre a actualidade, assim como de formação cultural e estética, por um lado, e a busca

¹¹ Os géneros referidos neste estudo como indicadores de qualidade são: informativo, documental, reportagem, campanhas de bem público, conversação, miscelâneas (concursos, variedades...), séries televisivas, tele-séries e géneros infantis. Sobre este assunto, ver Relatório do Departamento de Estudos do Conselho Nacional de Televisão do Chile, *Percepciones sobre Calidad en la Televisión*, publicado em 22 de Março de 2000.

de puro entretenimento, por outro. Ora, precisamente, o doseamento de ambos os ingredientes orienta as escolhas e as preferências dos consumidores, condicionados pelas múltiplas circunstâncias que os assolam, desde a flutuação do estado de espírito individual ao ambiente de recepção da mensagem, passando pelas múltiplas idiossincrasias que definem os interesses pessoais e colectivos, os gostos, as formas alternativas de consumo de bens culturais, etc. Seja como for, o que é interessante verificar é que a *qualidade* surge sempre como uma referência estruturante do consumo, como um meridiano a partir do qual é medido o valor relativo de todos os produtos, apesar de o consumo efectivo depender de muitos outros factores, por vezes aparentemente contraditórios.

A razão pela qual desenvolvemos aqui este ponto prende-se com a absoluta necessidade de esclarecimento do pressuposto, a nosso ver não fundamentado, embora presente a algumas opiniões, de que a *qualidade*, naturalmente definido-ra e diferenciadora do serviço público de televisão, se incompatibiliza de alguma forma com os interesses de uma cultura de massas, incapaz de reconhecer e de defender esse mesmo valor, já que estritamente vocacionada para o consumo de bens de “segunda categoria”, entre os quais figura a própria publicidade. Apesar de conscientes desta dificuldade, é nossa convicção que importa repensar quer o conceito de *público* quer o conceito de *qualidade*, sob pena de, apesar de todas as boas intenções, não encontrarmos um entendimento partilhado de *serviço público* verdadeiramente reconhecido por todos os cidadãos portugueses.

A este propósito, parece-nos fundamental pensar a publicidade como forma e matéria integrantes do contexto televisivo e, como tal, passíveis de um mesmo padrão de exigência no que se refere aos níveis de qualidade que devem pautar o serviço público de televisão. Na realidade, se pensarmos no impacto que a publicidade tem, através da televisão, junto dos cidadãos, enquanto discurso perfeitamente enquadrado no panorama geral da programação do meio, não podemos deixar de ponderar o seu papel, e a sua função social, fundamentais na estruturação de uma identidade e de uma cultura comuns.

Tal consciência impõe necessariamente uma vigilância constante, preferencialmente protagonizada pelos organismos representantes da sociedade civil¹², Instituto Civil da Autodisciplina da Publicidade (ICAP), embora não demitindo a responsabilidade do Estado, via Instituto do Consumidor (IC), no sentido de garantir o real cumprimento das obrigações inerentes à acção publicitária. Só assim, credibilizando a actividade em causa, se poderá defender, legitimamente, um serviço público de televisão *com* publicidade. Não querendo com isto dizer que as mesmas obrigações não se devam aplicar aos operadores privados de televisão, achamos contudo que o operador do SPT deveria, a este nível, regular e modelar toda a actividade televisiva.

¹² Como constata Sousa (1997), no entendimento das estações de televisão, independentemente dos esforços que têm sido desenvolvidos, estes, e outros organismos, são “pouco relevantes e não têm, de facto, possibilidade de impor o cumprimento da legislação”.

A título de exemplo, tomemos a língua. Instrumento fundamental da cultura e da identidade nacionais, a língua portuguesa aparece protegida no Código da Publicidade ao ser-lhe dada primazia praticamente exclusiva nas mensagens publicitárias, salvo “quando aquela tenha os estrangeiros por destinatários exclusivos ou principais” ou quando a utilização de palavras ou expressões em línguas de outros países são “necessárias à obtenção do efeito visado na concepção da mensagem” (artigo 7.º). É sabido, contudo, que a garantia do cumprimento deste princípio não passa apenas pela formalidade da legislação. Na prática, facilmente constatamos a facilidade com que se contraria e contorna a lei. Até mesmo porque muitas das marcas publicitadas na nossa televisão são estrangeiras e as respectivas campanhas correspondem frequentemente a meras adaptações, mais ou menos cuidadas, de estratégias de comunicação internacionais. Quer sob a forma de *voz off*, *letterings* ou legendas, são inúmeras as formas de utilização de estrangeirismos, nem sempre essenciais à obtenção do efeito visado junto do consumidor nacional.

Defendemos, ainda, à semelhança da qualidade e dos valores que devem pautar a programação televisiva de serviço público, uma publicidade com exigência ética, comprometida, quer com os seus interesses comerciais, quer com determinadas funções sociais, nomeadamente de educação, de socialização e de construção da identidade nacional. Tomamos aqui por modelo o *Independent Television Commission* (ITC), no Reino Unido, organismo de controlo externo para assegurar padrões mínimos de qualidade e de interesse público, o qual é aconselhado por comissões de especialistas em várias áreas, incluindo a publicidade. Esta última, tal como a restante paisagem televisiva, não escapa, pois, aos padrões de qualidade e exigência impostos pelo referido organismo.

3. A publicidade como serviço público

Porque consideramos a abordagem da publicidade no contexto do actual debate sobre o serviço público de televisão extremamente redutora e pouco esclarecida, no que diz respeito ao papel da acção publicitária nos *media* e na sociedade em geral, propomos uma reflexão sobre *a publicidade como serviço público*, não deixando de colocar em discussão a importância e os efeitos da sua dimensão económica, mas não esquecendo, sobretudo, a sua dimensão social e cultural, imprescindível à compreensão do processo de estruturação da identidade e da formação dos cidadãos.

Aliás, a admitir a definição de serviço público apresentada na “carta” da BBC (que exige da estação pública britânica que “eduque, informe e entretenha”), não encontramos, à partida, nenhum princípio que nos faça concluir sobre a incompatibilidade entre a natureza e as funções próprias de um serviço público e a publicidade. Pelo contrário, pensamos que a publicidade pode, em si, ser pensada como um serviço público, já que, *em síntese*:

- Informa sobre a variedade e características de produtos e serviços que o consumidor tem à sua disposição no mercado (logo, evita perdas de tempo e de recursos na procura dessa informação, orientando as escolhas e facilitando a tomada de decisão);
- Garante ao consumidor a confiança que ele necessita para tomar decisões de compra, ao credibilizar determinadas marcas comerciais, através do aumento da sua notoriedade, a qual, por sua vez, exige uma responsabilização em termos de qualidade e de veracidade das características dos produtos ou serviços a oferecer;
- Assume-se “como instrumento privilegiado do fomento da concorrência, sempre benéfica para as empresas e respectivos clientes” (cf. Código da Publicidade, Decreto-Lei nº61/97, de 25 de Março);
- Serve eficazmente à divulgação e promoção de determinados valores importantes para a formação cívica e estruturação social e cultural dos indivíduos (através de campanhas de defesa e protecção do meio ambiente, promoção da saúde e qualidade de vida, tolerância e solidariedade social...), procurando criar nos cidadãos uma predisposição capaz de os levar a não fumar, a contribuir para a Abraço, para a Unicef, a dar sangue, a defender “todos diferentes, todos iguais”, a promover a participação na vida política, nomeadamente estimulando o voto em alturas de actos eleitorais, a ir ao teatro, ao cinema, aos espectáculos, aos museus, a “ir para fora cá dentro”, etc.¹³;
- Ocupa um posicionamento favorável à auto-promoção dos *media* (televisão, rádio, imprensa, Internet), quer pela possibilidade de apelar directamente ao seu próprio consumo em geral, quer pela promoção dos seus produtos programáticos e outras iniciativas;
- Caracteriza-se por um tom luminoso e optimista, ao representar a realidade como “um mundo feito de eterna esperança, um paraíso prometido e partilhado”, contribuindo, dessa forma, por um lado, para o *bem-estar psico-afectivo dos indivíduos* (nomeadamente, ao funcionar como um contratempo essencial e compensador do registo tantas vezes dramático e violento dos restantes conteúdos dos *media*), por outro, para a *integração social*, a qual passa pela criação de um clima receptivo e favorável à resolução de problemas comuns¹⁴.

¹³ Veja-se o caso exemplar das campanhas nacionais de solidariedade social a favor da causa de Timor, levadas a cabo por iniciativa de diversas agências, meios e organismos vários, então fundamentais para a sensibilização geral dos portugueses e da comunidade internacional. Recorde-se, entre outras, a campanha que teve início em Abril de 1997, da autoria da Young & Rubicam para o Sindicato dos Jornalistas, visando induzir ao boicote dos produtos com marca “made in Indonesia” (cf. Pinto, 2000: 129-132).

Refira-se ainda, a este propósito, a recente conquista por parte da BBDO do galardão de ouro do One Show 2002, festival organizado pela associação nova-iorquina The One Club for Art and Copy. A campanha para a Prevenção Rodoviária Portuguesa foi distinguida com o lápis de ouro na categoria de Televisão/Serviço Público.

¹⁴ Paradoxalmente, os indivíduos têm a percepção de que a mensagem publicitária lhes é dirigida em primeira-mão, sentindo-se mesmo, por vezes, intimamente implicados, ao mesmo tempo que se sentem reconfortados por se saberem participantes de uma estrutura colectiva.

- Promove a identidade cultural, já que funciona como veículo reflexivo dos valores sociais dos públicos-alvo com os quais pretende comunicar, sendo que, ao fazê-lo, reforça esses mesmos valores e concorre para a sua aceitação geral.

4. Em resumo

Serviço público de televisão e financiamento

A recente e ainda actual discussão sobre a RTP, enquanto canal de serviço público, identificou três dimensões da crise vivenciada: crise de identidade, de funcionamento e de financiamento. É consensual que é preciso repensar a missão da televisão de serviço público, reformar a sua forma de governo, de gestão e de financiamento. De acordo com os actuais modelos de gestão, urge profissionalizar, responsabilizar e avaliar.

A dimensão do financiamento traz à cena a publicidade. Ressalta do debate alguma incapacidade de aprofundar esta matéria. Referida como uma fonte de receitas, a publicidade é pressentida como um estorvo à filosofia do serviço público. Porquê? “Porque sim”, julgamos ouvir. A opinião generalizada é que a inserção de publicidade vai empurrar o canal de serviço público para a lógica dos canais privados, a saber a cedência à conquista das audiências e conseqüente abaixamento da qualidade de programação.

Parece poder concluir-se que o perigo espreita o serviço público sempre que pensamos em audiências. E pensamos em audiências porque queremos vender espaço publicitário. E porque aos anunciantes interessa o número, a quantidade de telespectadores, não os preocupa minimamente a qualidade, a estética da recepção, ou seja, o que fazem aqueles com as mensagens que recebem. Esquecemos que um meio sem audiências não é relevante, mesmo como meio, tornando-se um espaço onde não se valorizam os conteúdos, as temáticas no contexto das quais se constrói a opinião pública.

Cumprirá a determinado canal de televisão a sua missão de serviço público se mantiver “orgulhosamente só”, alheio à construção de um processo de adesão, de conquista, para os seus conteúdos e modos de actuação, de um público, ou públicos, cada vez mais cativo e seduzido pela sua maneira de ser e de fazer? Falamos, naturalmente, de um telespectador mais reflexivo e menos estatístico, pelo lado da recepção, e falamos de uma decisão política emissora que se orienta para a formação da cidadania, global e integral, não cedendo a estratégias de programação por gula de índices de audiência que medem só o que a retém, esquecendo o que ela retém.

Qual será o espaço televisivo mais apetecível para os anunciantes? Não haverá da sua parte interesse num outro ambiente, numa outra paisagem televisiva

onde se insira mais harmoniosamente e com mais eficácia a sua comunicação? Não será esse telespectador reflexivo mais interessante para as propostas que aqueles desejam fazer-lhes?

Audiências: uma velha questão sempre actual

“Como é que ainda existem marcas que se associam a programas com o nível do Masterplan?”¹⁵ Esta pergunta constitui o destaque do editorial da revista *Meios & Publicidade* de 17 de Maio de 2002 e a interrogação/desabafo do jornalista vem a propósito da recuperação da liderança das audiências pela SIC, ficando a dever-se este facto, segundo expõe, à exibição do Programa Masterplan, que “é dos piores programas feitos até hoje”¹⁶, qualificação que o mesmo lhe atribui. E a sua surpresa, entremeada de raiva, vai desenrolando alguns “porquês?”, à procura do entendimento que baseie e explique este fenómeno. Esta questão, colocada pelo director da revista *Meios & Publicidade*, abre janelas sobre a questão da publicidade, a sua função social, constituindo um óptimo ponto de partida para equacionar o papel da publicidade no actual debate da Televisão de Serviço Público.

As argumentações que se produziram nos últimos tempos a propósito do Serviço Público de Televisão, concretamente as que vieram a lume na imprensa, concedem à publicidade um peso diminuto. De facto, ela é apenas referida a propósito do financiamento. Nesse contexto, voz do mercado e presença de interesses económicos, a sua inclusão num canal de serviço público compromete, na opinião dos intervenientes no debate, os objectivos, e mais do que isso, a filosofia do serviço público. Está em causa, segundo os arautos deste alerta, o princípio de independência, a equidistância que se pede a um serviço desta natureza. Enclausurada neste olhar, a sua pertinência discursiva no macro texto televisivo passa ao lado, imune a uma responsabilidade que também lhe cabe na estruturação do espaço público, na construção da opinião. Com graves prejuízos, em nosso entender, abre-se mão do “poder” da publicidade, um poder que está para além das questões de financiamento¹⁷, enquanto é, realmente, poderoso agente de socialização, configurando modelos de comportamento e definindo sistemas de valores.

¹⁵ Vinagre, Fredy, “SIC de parabéns... ou para lamentar”, editorial de *Meios & Publicidade*, 17 de Maio de 2002 / Ano 5 / Número 206.

¹⁶ “O Masterplan é dos piores programas feitos até hoje. Piores porquê? Porque promovem a violência gratuita (física e verbal) e ainda por cima a defendem. Quando uma das concorrentes “sova” a outra em directo e a produção nada faz para penalizar este acto – muito pelo contrário, divulga-o em massa –, o que mais se pode dizer? E o que dizer de meter crianças nesta confusão toda perguntando-lhes o que acharam deste episódio lamentável?”. Editorial de *Meios & Publicidade*, 17 de Maio de 2002 / Ano 5 / Número 206.

¹⁷ E nem a questão do financiamento poderia incomodar tanto, se quem de direito fosse diligente nas funções que lhe cabem no que reporta a procedimentos e fiscalização. De facto, a actividade publicitária está devidamente regulada, sendo abundante a legislação sobre a matéria e reconhecidos os órgãos que superintendem a essa regulação. Portanto, não seria de desprezar este contributo financeiro que se pode colher na publicidade.

Os que vão mais longe nas reservas – senão condenação – sobre o recurso à publicidade como meio de financiamento, chamam em sua defesa a tão desagradável guerra das audiências e a responsabilidade da publicidade nessa disputa. Deixam adivinhar que “o nivelamento por baixo” que se verifica nas nossas emissões se fica a dever à procura das tão desejadas audiências, não podendo o serviço público entrar nessa disputa sem hipotecar os valores que o caracterizam.

Ora não é inquestionável que assim suceda. No mesmo editorial que nos vem servindo de mote a esta reflexão, o jornalista confessa que o que mais o surpreende e “intriga” ainda é a adesão dos anunciantes, tudo sacrificando para “ver a marca nos ecrãs”. E continua: “No Reino Unido, a Ilha da Tentação, embora sendo líder incontestável de audiências, foi cancelada porque não tinha anunciantes. Ninguém se queria associar a esse programa. Alguma vez isto irá acontecer em Portugal?”¹⁸.

Pertinente interrogação sobre a teia de relações que se estabelecem entre televisão, anunciantes e sociedade. Que nos deixa a pensar sobre o papel que a televisão de serviço público não cumpriu, educando e preparando os seus públicos (na sua condição de cidadãos – telespectadores ou anunciantes) para a recepção selectiva e livre daquilo que lhe é apresentado. Sabendo aplaudir ou recusar, de acordo com uma ética e estética da recepção que para ele se deseja.

A publicidade, para além de fonte de financiamento não desprezível, pode ter um papel importante na configuração do espaço público de televisão. Pelo seu estilo, por um lado. Diz-se que os produtos televisivos mais importantes são a informação e a ficção. Não são estes os ingredientes mais poderosos dos filmes publicitários que preenchem as nossas emissões? Em muitos casos são “condensados” estimulantes, repletos de sugestões culturais que agarram ao ecrã um número crescente de espectadores. Por outro lado, pelas funções que preenche e que caminham de mão dada com as funções básicas de serviço público. É um poderoso instrumento de informação comercial, o tributo que as sociedades desenvolvidas pagam para manter o sistema cheio de opções. Cumpre a sua função educativa, porque ajuda a escolher e faz a pedagogia do consumo. Quem lhe pode negar a sua prevalente força de entretenimento?

Deixamos uma palavra à parte para as funções de educação e prevenção. Uma passagem no site da AEF (Advertising Educational Foundation)¹⁹ mostra à sociedade como a publicidade serve causas nobres e é considerada um poderoso instrumento na construção da cidadania. Os países mais desenvolvidos contam com a sua força de influência para intervir em causas complexas e de difícil resposta. A construção da sociedade mais justa, mais segura e mais livre tem na força mobilizadora da publicidade um poderoso aliado.

¹⁸ Vinagre, Fredy, “SIC de parabéns... ou para lamentar”, in *Meios & Publicidade*, 17 de Maio de 2002 / Ano 5 / Número 206.

¹⁹ Ver <http://www.aef.com>

Concluindo

Quisemos com esta reflexão contribuir para esclarecer e equacionar o papel da publicidade no quadro do actual debate sobre o serviço público de televisão.

Está implícito no nosso discurso que a centralidade da televisão na vida quotidiana, a sua proximidade com os cidadãos, não pode ser desprezada, não pode ser dispensada na afirmação da democracia e da melhoria da qualidade de vida de todos nós. Esta passa, actualmente, pela distribuição e negociação de bens intangíveis, entre os quais o universo audiovisual ocupa lugar privilegiado.

O serviço público de televisão passa por uma crise de identidade que merece aprofundamento e pensamento. Resulta para nós claro que na definição da identidade e posicionamento da televisão de serviço público, a publicidade não pode ser vista como um estorvo e um inimigo a abater. Bem pelo contrário, seria interessante aproveitar o seu poder persuasivo e a sua força modeladora de comportamentos para desencadear o processo de adesão plena aos valores da cidadania. Para além das vertentes cultural, estética e ficcional que a publicidade detém e que muito bem se articulam com as funções do serviço público.

Quanto ao financiamento, depois de objectivado e quantificado o custo da prestação de serviço público, importa estabelecer um quadro de financiamento que seja adequado e proporcional aos objectivos perseguidos. A publicidade deve, em nossa opinião, ser considerada como forma de financiamento. Impõe-se vigilância e fiscalização para que não ocorra o desvirtuamento comercial da programação. Sugere-se também criatividade, incentivando e promovendo outras formas de publicidade, para além do comum “spot”. O patrocínio, por exemplo, vai constituindo uma modalidade de publicidade que ganha adeptos em muitos países e com claras vantagens para os programas audiovisuais. Queremos com tudo isto dizer que não é preciso ter medo da publicidade. Como em tudo e em tudo é preciso avaliar, fiscalizar e regular.

Bibliografia citada

- BAUDRILLARD, J. (1995). *A Sociedade de Consumo*. Lisboa: Edições 70. (Original em francês.)
- Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão Celebrado entre o Estado Português e a Radiotelevisão Portuguesa, SA*, em 31 de Dezembro de 1996.
- DUCROT, O. (1990). *Polifonía y argumentación*. Cali: Universidad del Valle. (Original em francês.)
- GOÑCALVES, H., & PIRES, H. (2000). “Publicidade em notícia. Leitura de linhas de força e tendências” in Pinto, M. (Ed.). *A Comunicação e os Media em Portugal*. Braga: DCC (111-132).

- HABERMAS, J. (1986). *L'Espace public – Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Éditions Payot. (Original em alemão.)
- JOSÉ, P. Q. G. S. (1999). *O Novo Direito da Publicidade. Código da Publicidade e Legislação Complementar*. Lisboa: Vislis Editores.
- Percepciones sobre calidad en la televisión* (2000). Relatório do Departamento de Estudos do Conselho Nacional de Televisão do Chile.
- PRICE, M. E., & RABOY, M. (Eds.). (2001). *Public Service Broadcasting in Transition: A Documentary Reader* (Relatório produzido no âmbito do Programme in Comparative Media Law and Policy para o European Institute for the Media).
- QUALTER, T. H. (1994). *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*. (1ª ed.). Barcelona: Ediciones Paidós. (Original em inglês publicado em 1991.)
- SOUSA, H. (1997). *Serviço Público, Televisão Comercial e a Implementação da Lei: Alguns elementos para o debate*. Comunicação apresentada na Sessão “O Serviço Público de Rádio e Televisão” do III Congresso Internacional do Jornalismo de Língua Portuguesa, organizado pelo Observatório de Imprensa, Lisboa, 21-24 de Abril de 1997.

Bibliografia recomendada

- BAGWELL, K. (Ed.) (2001). *The Economics of Advertising*. Columbia University: Edward Elgar Publishing.
- CATHELAT, B. (1992). *Publicité et société*. Paris: Éditions Payot. (1ª edição publicada em 1968.)
- DEBORD, G. (1992). *La Société du spectacle*. Paris: Gallimard. (1ª edição publicada em 1967.)
- DYER, G. (1982). *Advertising as Communication*. Londres: Methuen.
- EVANS, J., & HALL, S. (Eds.) (1999). *Visual Culture: the Reader*. Londres: Sage Publications.
- FEATHERSTONE, M. (1994). *Consumer Culture & Postmodernism*. Londres: Sage Publications. (1ª edição publicada em 1991.)
- FOX, R. W., & LEARS, T. J. (1983). *The Culture of Consumption*. Nova Iorque: Pantheon.
- GOUVEIA, T. P. (org.) (1993). *Sociedade, Valores e Desenvolvimento*. Lisboa: Publicações D. Quixote.
- HALL, S., et al. (eds.) (1986). *Culture, Media, Language*. Birmingham: University of Birmingham, Centre of Contemporary Cultural Studies. (1ª edição publicada em 1980.)
- LEISS, W., KLINE, S., & JHALLY, S. (1986). *Social Communications in Advertising: Persons, Products and Images of Well-Being*. Toronto: Methuen.
- MINC, A. (1994). *O Choque dos Media*. Lisboa: Quetzal editores.

- RAMONET, I. (2001). *Propagandas Silenciosas – Massas, televisão, cinema*. Porto: Campo das Letras. (Original em francês publicado em 2000.)
- RAMOS, M. O. (1992). *Televisão, Publicidade e Cultura de Massa*. Rio de Janeiro: Ed. Vozes.
- ROTZOLL, K. B., & HAEFNER, J. E. (1996). *Advertising in Contemporary Society. Perspectives toward understanding*. (3ª ed.). Urbana e Chicago: University of Illinois Press.
- WILLIAMSON, J. (1988). *Consuming Passions – The dynamics of popular culture*. Londres: Marion Boyars Publishers. (1ª edição publicada em 1980.)

Sites com interesse no campo da publicidade

- <http://www.enel.it>
- <http://www.geocities.com/CollegePark/5025/jornadas.htm>
- <http://www.creativa.com.mx/mailling.html>
- <http://www.aeforum.org/links.html>
- <http://www.cecl.pt.pt/interact>
- http://cvc.cervantes.es/actcult/arte_publicitario/
- <http://www.aef.com>
- http://www.imagesmag.net/FR/mag_analyses_lis.las?-token.id=32
- <http://www.comanalysis.ch/ComAnalysis/Publication1.htm>
- <http://www.adcritic.com>
- <http://www.propaganda>

VI. Conclusões e recomendações

Ao longo destes últimos anos, muito se falou da RTP. Entre visões apocalípticas e integradas, muitos foram aqueles que, a seu modo, se pronunciaram sobre a televisão pública. O poder político foi remetendo a reforma do audiovisual do sector público para uma espécie de *in illo tempore*, ajustando, aqui e além, pequenas peças cuja movimentação se pensava poder ser miraculosa, ainda que poucos acreditassem na sua viabilidade. Com o governo de Durão Barroso, coloca-se o cenário de uma modificação profunda. Fala-se, de forma clara, na alienação de um dos canais e na revisão radical do conceito de serviço público. Neste quadro, julgamos importante pensar, com alguma profundidade, o conceito e as respectivas implicações do serviço público. Foi o que tentámos fazer. Nesta abordagem, esforçámo-nos por abstrair aquilo que tem sido a RTP, sem, no entanto, fazer tábua rasa do caminho percorrido. Foi para nós fulcral pensar o conceito de serviço público enquanto tal. Na sequência de várias reuniões e discussões colectivas, somos da opinião de que uma reforma profunda do serviço público de televisão implica uma mudança radical daquilo que foi a RTP: do seu modo de gestão e funcionamento, dos seus conteúdos, do seu modo de encarar os telespectadores.

Com este trabalho, não pretendemos indicar o número de canais necessários à RTP, nem tão-pouco fixar ao operador público géneros de presença obrigatória. Um serviço público nunca pode ser entendido como um pacote de actividades. Trata-se, acima de tudo, de uma filosofia orientadora que, quando bem entendida, terá certamente uma aplicação que não necessitará de receituários. Revelar-se-á na forma como quem a dirige assume o seu trabalho, nas opções

de programação, no modo de apresentação dos diferentes programas, nos critérios jornalísticos...

Ainda que sejamos avessos a prescrições, deixamos, em jeito de remate, algumas pistas que, na nossa opinião, mereceriam ser consideradas por quem pensa, decide e faz a televisão de serviço público. Trata-se, é certo, de uma linha de acção a completar com outros contributos, mas o nosso propósito não foi alcançar a palavra final neste debate. Pelo contrário, defendemos que este livro tem de ser encarado como um contributo para uma discussão que deve ser mais desenvolvida, mais participada e, sem dúvida, sempre contínua.

Recomendações gerais

1 – Uma televisão de serviço público deve demarcar-se claramente de um “serviço estatal” ou de um “serviço governamental”. Para estar a coberto de tentações instrumentalizadoras por parte do poder político, dever-se-á:

- estabelecer um “pacto de regime” que fixe o que se entende por serviço público de televisão e os meios de financiamento disponíveis para tal função;
- assegurar o funcionamento de uma instância de regulação da actividade televisiva, composta por elementos com um conhecimento sólido do campo e com meios, humanos e financeiros, adequados ao desenvolvimento da função;
- delinear um plano o mais possível claro e inequívoco para o serviço público de televisão que englobe a actividade da empresa, os seus fins, os meios com que conta, as suas expectativas e os prazos marcados para alcançá-los;
- eleger uma administração através de um processo independente da força política maioritária;
- promover auditorias regulares quer à gestão, quer à programação do operador público pelas quais devem responder clara e inequivocamente os respectivos responsáveis.

2 – Uma televisão de serviço público deve ser exemplar na actividade que desenvolve. Para se constituir como uma referência, há que:

- cumprir escrupulosamente os programas e os respectivos horários anunciados, salvo em situações inesperadas de força maior;
- não adoptar a contra-programação;
- recusar o sensacionalismo, a exploração gratuita da dor ou qualquer abordagem que, de algum modo, ponham em causa a dignidade humana;
- promover, e tornar públicas, investigações qualitativas dos conteúdos emitidos;
- realizar estudos sobre a recepção televisiva;

3 – Uma televisão de serviço público deve ser distintiva no panorama audiovisual português. Para que o telespectador a reconheça por aquilo que vê, é necessário:

- criar uma estética própria configuradora da sua identidade;
- propor uma grelha de programação peculiar que articule géneros, contemple segmentos horários e etários e valorize uma diversidade de temas e de discursos;
- desenvolver uma gramática própria na produção e realização daquilo que emite;
- respeitar as leis da publicidade (cumprir escrupulosamente os limites de tempo permitidos para este fim, utilizar separadores antes e depois dos blocos de anúncios, recusar publicidade dissimulada, rejeitar “spots” que violem princípios éticos);

4 – Uma televisão de serviço público deve descobrir e desenvolver modos de participação do público no acompanhamento regular do seu trabalho. Para que o cidadão se sinta implicado num serviço que legitimamente lhe pertence, importa:

- criar um Provedor do Espectador, com garantia de tempo de antena regular para analisar as queixas e sugestões dos telespectadores;
- instituir uma instância de acompanhamento da actividade televisiva, representativa da sociedade e com competências bem definidas;
- instituir eficazes serviços de recepção de reclamações, sugestões, reparos ou congratulações;
- pensar a programação em diálogo com um conjunto diversificado de cidadãos;
- promover o envolvimento regular de representantes do público e de especialistas de várias áreas (educação, ciência, cultura, etc.) para a concepção de programas com propósitos predominantemente educativos.

5 – Uma televisão de serviço público deve estar na vanguarda das inovações. Para criar e incentivar novas formas de fazer televisão, é aconselhável:

- aliar-se a centros de investigação que tenham nos *media* e nas novas tecnologias o objecto principal do seu trabalho;
- estar atenta às potencialidades das novas tecnologias e às sensibilidades emergentes da sociedade, recriando novos modos de perceber e de sentir; de ouvir e de ver; de reconhecer e de representar; de ver e de fazer televisão;
- promover acções de formação para os diferentes profissionais do audiovisual;
- ponderar a qualidade de propostas apresentadas por novos produtores, particularmente os produtores independentes;

- desmistificar certas representações sociais quer em programas de informação, quer em programas de entretenimento.

6 – Uma televisão de serviço público deve promover uma ligação entre aqueles que falam o português. Para que a língua portuguesa e a realidade lusófona encontrem na televisão pública um elo entre diferentes falantes, torna-se necessário:

- assegurar um canal internacional que chegue à comunidade portuguesa espalhada pelo mundo;
- promover, na emissão internacional, uma programação diversificada e de qualidade;
- dotar de meios, humanos e financeiros, os canais regionais das regiões autónomas;
- promover co-produções com as diferentes comunidades lusófonas.

Recomendações específicas

1 – Uma televisão de serviço público deve dirigir-se não ao consumidor, mas ao cidadão. Para que a sua actividade contribua para a construção de um espaço público de permanente diálogo entre os diversos actores sociais, é preciso:

- oferecer uma imagem e uma prática permanentes de pluralismo social, ideológico, cultural e político, abrindo espaços às minorias culturais e aos criadores independentes;
- incluir na sua grelha de programação espaços de reflexão, de debate e enquadramento da actualidade.

2 – Uma televisão de serviço público deve ser um motor da procura e da oferta televisivas. Para que seja um vector de inovação ao nível dos conteúdos, deverá:

- promover concursos públicos de ideias para a criação de novos programas;
- arriscar novas formas de produção ao nível da ficção;
- mostrar realidades marginais, ora porque estão longe dos grandes centros urbanos, ora porque estão excluídas das principais grupos socioculturais.

3 – Uma televisão de serviço público é um dos principais lugares para preservar a identidade nacional. Para se constituir como um verdadeiro traço de união, tal implicaria:

- ter um cuidado particular e permanente com a língua portuguesa;
- recuperar a memória social através de programas de informação e da ficção;
- valorizar e estar atento a processos sociais que se revelem fulcrais para o desenvolvimento do país, integrando-os em diferentes géneros televisivos (na informação, no documentário, nos conteúdos da produção nacional).

4 – Uma televisão de serviço público deve ser basicamente nacional, mas deve ser capaz de integrar também a diversidade regional. Para que todo o país se sinta representado na televisão de serviço público, há que:

- assegurar uma cobertura jornalística eficaz das diferentes regiões do país;
- dotar de meios as delegações regionais, reservando-lhes simultaneamente um espaço em antena para a emissão do seu trabalho (por exemplo, noticiários regionais diferenciados à hora de almoço ou ao fim da tarde);
- incentivar uma ficção que recrie idiossincrasias particulares e recuse estereótipos.

5 – Uma televisão de serviço público deve prestar atenção a todos, principalmente aos públicos mais vulneráveis, nomeadamente as crianças e os mais idosos. Para que o seu serviço chegue também a essas (grandes) minorias, tem de:

- desenvolver uma programação atenta aos gostos e necessidades diferenciadas daqueles que encontram na TV a sua principal companhia;
- criar, nomeadamente em programas dirigidos àqueles que permanecem em casa em horário laboral, canais de diálogo efectivo ou iniciativas que promovam a participação de representantes desse público-alvo;
- prestar particular atenção a programas emitidos em horários de grande audiência e que são vistos normalmente também por crianças.

6 – Uma televisão de serviço público deve atender a uma faixa importante da população normalmente ignorada pelos canais privados: as pessoas com necessidades especiais de vária ordem. Para que essas necessidades sejam tidas em conta, torna-se importante:

- instituir um mecanismo de consulta permanente às instituições representativas das pessoas com necessidades especiais;
- criar uma estrutura interna de acompanhamento de desenvolvimentos tecnológicos que facilitem o consumo televisivo por parte dos espectadores que apresentam diferentes deficiências.

ANEXOS

Não subestimem o serviço público de TV

João Soares Louro

Diário de Notícias, 11 de Maio de 2002

Nas últimas décadas, sempre se falou muito da Televisão e nem sempre de forma acertada. Pelo contrário. Um pouco ao jeito do que acontece com o futebol, grande parte dos portugueses fala do meio televisivo com um surpreendente atrevimento. A RTP, a quem o País deve bem mais do que se imagina, é, agora, o bombo da festa. E porquê?

O serviço público de televisão ultrapassou as dificuldades da transição do regime autoritário e censório do Estado Novo para a democracia, sobretudo no período de tempo compreendido entre 1978 e 1990. Doze anos de sucessivos êxitos e da maior estabilidade, independentemente das repetidas alterações dos conselhos de administração que o accionista Estado lhe impôs. A RTP, já quase todos o esqueceram, reinstalou-se, reequipou-se, reorganizou-se, passou do preto e branco à cor, activou o 2.º Canal, atingiu a cobertura territorial de todo o País e iniciou o seu percurso de apoio à diáspora portuguesa, bem como aos países surgidos da nossa descolonização.

Os seus activos cresceram e o seu passivo diminuiu, até se atingir uma situação equilibrada. Os encargos com o pessoal, que em 1974 cresceram até cerca dos 70 por cento, baixaram para os 23 por cento dos custos totais, libertando verbas para a programação, que chegou a ser referenciada como uma das melhores, entre as suas congéneres europeias.

A UER – União Europeia de Radiodifusão, utilizando diferentes critérios de apreciação, cotava a RTP entre os melhores e mais bem geridos serviços públicos de TV.

De forma mais persistente, no segundo lustro dos anos 80, gerou-se, no nosso país, a exemplo do que já acontecera no resto da Europa Ocidental, um movimento crescentemente favorável à abertura da TV a operadores privados, que viria a ocorrer em 1991. Apareceram, então, a SIC e a TVI e, alguns anos mais tarde, a TV por cabo – a *Pay TV*.

A opinião dominante, à época, contestada por uns poucos, assentava na presunção de que o desenvolvimento económico então registado arrastaria um crescimento publicitário exponencial capaz de sustentar os quatro canais de TV distribuídos por via hertziana.

Se surgisse algum sobressalto, argumentava-se, o mercado encontraria em si mesmo as necessárias respostas. Dizia-se e diz-se, ainda, que ao Estado deve apenas ser conferido o papel de entidade reguladora e, no limite, o da gestão de bens e

serviços críticos vitais, suscitando-se a dúvida sobre se o serviço público de TV deveria ser abrangido como tal.

Somos pobres, pequenos e crédulos. Daí que a realidade nos confrontasse com a existência dum minimercado, e não dum mercado à imagem de outros parceiros europeus; que os investimentos publicitários não cresceram exponencialmente, apesar do aumento verificado, já que é manifestamente impossível, no curto-médio prazo, passar dos 10 dólares *per capita* registados em Portugal aos 250 que se verificam nos países nórdicos. Um grande espaço de crescimento, é certo, mas desajustado aos nossos recursos. Esquecemo-nos, também, de que a regulação, em Portugal, salvo honrosas excepções, é um faz-de-conta, pelo que a publicidade exibida nos diferentes canais de TV muito pouco tem a ver com os seus preços de tabela, logo, com as receitas efectivamente arrecadadas.

Ignorou-se que a quota-parte da globalidade dos investimentos publicitários televisivos no nosso país, que chegou a atingir os 50 por cento, descerá progressivamente e só estabilizará, a exemplo do que ocorre no resto da Europa, em percentagens da ordem dos 25 por cento.

Fala-se, agora, da TV digital e da abertura de mais canais, para além dos que a TV cabo já trouxe. Com que conteúdos e com que recursos financeiros? Invocando em vão a “fidelidade” e o *share*, duplicaram-se os tempos de emissão, passando-os de 20 para 40 horas diárias, nos canais 1 e 2, não se tendo em linha de conta que o custo/hora, com tendência para crescer, corresponde a qualquer coisa – valor médio – como três mil contos. A RTP aguentou até 1993, sensivelmente, a concorrência dos novos operadores privados, mas não se reposicionou nem soube criar uma estratégia que marcasse fortemente a sua vocação de serviço público.

Envolveu-se, de forma menos perspicaz, na “guerra das audiências”, nas respostas à “contraprogramação”; tergiversou em matéria de conteúdos; não soube capitalizar a sua experiência de muitos anos; assustou-se; procurou muitas saídas e nenhuma.

Foi gerida por sucessivos conselhos de administração e esteve sujeita à tutela de várias personalidades políticas, nesta última década.

Todos, embora uns mais que outros, são responsáveis pela dramática situação a que a RTP chegou.

Os decisores sobre o dia-a-dia do serviço público de televisão, nesta última dúzia de anos, pecaram por omissões, por ligeireza em muitas decisões, por uma manifesta ignorância das realidades do meio televisivo e do seu papel dominante no audiovisual português, pela fragilidade revelada face a alguns *lobbies*, pela exibição frequente duma parola auto-suficiência, agravada pelo acolhimento de opiniões despropositadas.

A RTP, nesta sua última década, sofreu sucessivas amputações, impostas pelos vários executivos do Estado, logo, pelo seu próprio accionista, que foi, ingenuamente (?), construindo a sua insustentabilidade. Retiraram-lhe a taxa, que hoje corresponderia a qualquer coisa como 30 a 40 milhões de contos; a rede de difusão, que foi

alienada simbolicamente e por cujo serviço paga alguns milhões de contos/ano; eliminaram a publicidade do 2.º Canal e reduziram os tempos de emissão, no Canal 1, em 25 por cento.

Mas nem os vários decisores políticos nem quem os influenciava estavam satisfeitos, por terem esvaziado a RTP dos recursos próprios, que lhe chegavam e sobravam. Impuseram-lhe novos e acrescidos encargos, em nome do interesse público, da afirmação nacional e de exigências regionais e locais.

Surgem a RTP Internacional; a RTP África; a cooperação e delegações nos PALOP; as delegações regionais no Continente; e mais, muito mais obrigações. Tudo ou parte deste acréscimo de encargos a troco duma designada “indenização compensatória”, que chegou, em regra, tarde e a más horas, várias vezes apenas com um cumprimento parcial.

Dito de outro modo: nos últimos dez anos, a RTP foi espoliada de muitos milhões de contos e exigiu-se-lhe outro tanto ou mais, o que deu origem a uma dívida colossal e a um serviço da mesma que já será superior ao das receitas da taxa extinta na década de 70.

As tutelas bicéfalas, em que o accionista Estado é representado pelo Ministério das Finanças e os objectivos estratégicos das empresas públicas ou de capitais maioritariamente públicos estão confiados e são seguidos por outros departamentos governamentais, são um problema que o Governo tem de ponderar. E agora?

O Governo anuncia, dando cumprimento ao seu programa eleitoral, uma nova série de amputações à RTP, nomeadamente a extinção de um dos seus dois canais nacionais, que se traduz, sejamos claros, na “morte anunciada do serviço público de televisão”.

Não se questiona, obviamente, a indispensabilidade de reformar de alto a baixo a RTP, de eliminar o seu *deficit* crónico, de libertá-la dos diferentes poderes de cada dia. Trata-se, certamente, duma opinião unânime.

À data em que escrevemos este texto, desconhecemos o conjunto e amplitude das medidas que vão ser tomadas. Sabemos, e afirmamo-lo com inteira segurança, que a extinção de um canal nacional é um procedimento contrário ao que se verifica entre os nossos parceiros europeus e ao interesse nacional; que não resolve de forma significativa o equilíbrio financeiro da empresa, constituindo-se numa economia na sua exploração inferior a uma dezena de milhões de contos/ano; que vai contribuir para o empobrecimento ainda maior, se possível, do audiovisual português e que pressupõe o despedimento expressivo de muita gente, que ignora a existência de distintos públicos, e não de um só público.

Uma outra decisão já referida é a da erradicação da publicidade do S. P., muito provavelmente em nome do equilíbrio financeiro dos operadores privados. Esse desejável equilíbrio, façam o favor de fazer bem as contas, continuará a não ser obtido, face aos investimentos de que o nosso mercado dispõe e a uma maior agressividade competitiva, que inevitavelmente surgirá. A publicidade faz, hoje, em todo o mundo, parte não despendiça da paisagem e dos próprios conteúdos

do meio televisivo, constituindo os serviços públicos um instrumento aferidor do comportamento do mercado e, indirectamente, da sua regulação.

Os custos de produção própria, na TV, são independentes do número dos seus destinatários e estes, num país como o nosso, têm, em nome da coesão nacional, de se constituir na primeira prioridade. É este, afinal, o grande desafio que se coloca aos SP e aos Estados que os detêm, uma vez que tomam a forma de um suporte relevante na afirmação e na identidade das populações que servem.

A decisão mais cara para os portugueses no domínio televisivo é a subestimação do seu serviço público, sendo certo que o mesmo carece duma corajosa reforma, mas não da que se vem anunciando. Há outras soluções, que alguns pregadores da desgraça consideram impossíveis.

Desassisado, pensamos nós, será entregar um dos canais públicos a mais um operador privado, com um mercado publicitário televisivo global líquido, em 2002, que não excederá os 60 milhões de contos.

Chris Angyris, da Universidade de Harvard, em várias oportunidades, referiu que “a maior fraqueza de uma boa parte dos gestores e líderes é passarem demasiado tempo a fazer e tempo insuficiente a pensar no que estão a fazer”.

Intelectuais

Francisco Saarsfield Cabral

Diário de Notícias, 14 de Maio de 2002

A polémica sobre a RTP reavivou ideias curiosas. A televisão é, hoje, diz-se, o triunfo das massas e dos seus gostos pouco sofisticados. Assim, atacar o telelixo e exigir outra coisa (um serviço público de TV...) seria mera reacção de intelectuais despeitados, por já não mandarem na sociedade. E apresenta-se como antidemocrático e politicamente incorrecto contrariar os gostos das massas, por mais boçais que se revelem.

Muitas vezes foram os intelectuais criticados. Lembro Julien Benda (*La Trahison des clercs*), ou Raymond Aron (*L'Opium des intellectuels*). Estava então em causa a vertigem totalitária que atraiu tantas mentes brilhantes.

Agora, é outra coisa – trata-se de celebrar já não a rebelião das massas, mas o seu triunfo cultural.

Mas porquê ficar só pela televisão? Em coerência com tal perspectiva, deveria defender-se, também, o fim das políticas de preservação do património, para o qual as massas se estão borrifando. Porque não, por exemplo, deixar demolir uma igreja românica, para aí instalar uma piscina ou um centro comercial? É disso que a maioria gosta. E como admitir que se mantenham alguns entraves (bem pouco eficazes...) à destruição da paisagem rural e urbana com mamarrachos em que as massas vêm símbolos de modernidade? Afinal, José Luís Judas é que estava certo e se mostrou verdadeiramente “à la page”, ao desfigurar Cascais. Isolada, sem coerência, esta crítica aos intelectuais surge como mais uma moda... intelectual. De resto, quem escreve tais coisas quer ser lido pelos intelectuais – não se dirige às massas, que não lêem. Excepto, talvez, algum jornal desportivo.

Televisivamente incorrecto

João Lopes

Diário de Notícias, 18 de Maio de 2002

1.

Não me é fácil exprimir uma opinião segura sobre o drama que, nos últimos dias, tem ocupado as manchetes dos jornais e as aberturas dos noticiários televisivos. Ou seja: o destino da RTP e, em particular, o conceito de serviço público na área da televisão. Como é óbvio, as minhas dificuldades são um grão de areia na imensidão dos problemas que estão por pensar e, mais do que isso, importa resolver. Se, apesar disso, me atrevo a invocar tais dificuldades, é apenas para sublinhar que a sua simples existência me impede de sustentar um discurso que encontre o seu lugar no quadro de valores que o próprio debate acabou por instituir.

2.

Dito de outro modo: à pergunta sobre se deve existir uma RTP com um ou dois canais, não sei, pelo menos neste momento, responder com convicção. Mais do que isso: também não consigo comentar de forma clara e imediata a necessidade de pôr a funcionar um verdadeiro serviço público de televisão. Porquê? Porque não possuo nenhum segredo guardado para definir tal noção (“serviço público”) no campo televisivo e porque, salvo melhor opinião, não existe nenhum conceito universal que permita usar essa mesma expressão (“serviço público”) como um instrumento de conhecimento em que todos nos reconheçamos sem dificuldade nem contradição. Além do mais, estou cansado de ouvir os profetas de todos os quadrantes a usar as palavras mágicas (“serviço público”) como se estivessem a proclamar uma evidência garantida pela protecção dos céus e de todas as divindades. Problema meu.

3.

Daí que avance com este texto como um inventário das minhas próprias dúvidas e perplexidades. E confesso uma modesta ambição: a de poder mobilizar para alguma reflexão alguns daqueles que, como eu, não se reconhecem no delírio mediático que o próprio debate rapidamente adquiriu. Aliás, a singularidade do momento passa por aí. Que é como quem diz: discutir a televisão transformou-se numa “batalha campal” comandada pelas regras que, à custa de telejornais gritados e debates históricos, o próprio dispositivo televisivo nos foi socialmente impondo. E mais: que nos foi impondo através da área – a informação televisiva – que, há

muitos anos, quase ninguém quer discutir. Tudo se passa como se só houvesse “gregos” e “troianos” e, independentemente das ideias tacteantes ou multifacetadas que consigamos formular, já só restasse espaço para escolher um dos pólos de uma qualquer alternativa considerada, em si mesma, irrecusável. Estás a favor de uma RTP com um ou dois canais? Essa parece ser a única dicotomia televisivamente correcta... Mas porque é que tenho de aceitar semelhante formulação do problema?

4.

Qual é, então, o problema? É o da própria reconversão estrutural das sociedades. Verdade de La Palisse, bem sei. E, no entanto, poucos parecem querer dar alguma atenção ao seu peso e à sua terrível densidade. Qual é, então, o problema da reconversão estrutural das sociedades? É o do próprio Estado. Noutros tempos, não muito distantes, o Estado existia como fio de prumo dos próprios canais sociais de difusão, fossem eles “informativos” ou de “entretenimento” (a oposição entre uma coisa e outra pode alimentar muito boas consciências, mas dificilmente nos ajuda a compreender a dinâmica dos tempos). E não estou necessariamente a pensar em regimes ditatoriais, como o que vigorou em Portugal até 1974. Trata-se apenas de reconhecer que, face a outros poderes determinantes – como o económico e o tecnológico –, muitas relações de força se alteraram. Ou ainda: se cairmos na ilusão moralista de que a televisão do Estado é a “boa” televisão e a que emana de outras entidades está condenada a ser um “desvio” sempre suspeito, corremos o risco de passar completamente ao lado do que está, de facto, a acontecer no universo televisivo global.

5.

Daí uma configuração corrente de ideias que, muitas vezes, encontramos nesta conjuntura. Podemos resumi-la como a defesa e celebração do Estado como garante de uma singularidade social e cultural que as outras televisões (e os outros poderes que as definem e sustentam) não podem ou não querem protagonizar. Será possível pensar a televisão sem o Estado? Não, inequivocamente não. Mas é óbvio que o caso português nos empurra para a irrisão de qualquer hipótese redentora. De facto, para além dos méritos ou talentos dos seus profissionais, a RTP que foi coexistindo com as televisões privadas pode definir-se por um muito simples e muito linear princípio de degradação de identidade: colou-se camaleonicamente aos modelos dos outros, desistiu de qualquer afirmação de diferença e, independentemente de quem estava ou não estava no Governo, limitou-se a esbanjar, dia a dia, de horário nobre em horário nobre, qualquer hipótese de diversificação da paisagem televisiva portuguesa. Com as consequências que estão à vista e que, em devido tempo, foram antecipadas por alguns perigosos intelectuais. Era fácil, aliás. Foi a RTP que fez o mais difícil: menosprezar os seus próprios recursos e poderes.

6.

Não poucas vezes, um certo discurso de “purificação” cultural (que circula facilmente entre esquerda e direita) tende a celebrar a programação da RTP2 como sinal de uma diferença que, apesar de tudo, resistiu na prolongada decomposição estrutural da RTP. Mais do que isso: tal diferença é apresentada como prova real de um reduto de singularidades que importa continuar a defender (e que será mais bem defendido) através da preservação de dois canais de “serviço público”. E também não é fácil discutir isto. Porquê? Certamente porque não se pretende, nem de longe nem de perto, diminuir ou banalizar os méritos específicos de alguns específicos programas da RTP2. E, no entanto, num âmbito mais geral, há uma terrível ideologia da cultura – e para a cultura – que assim está a funcionar. A saber: a de que há elementos culturalmente minoritários que devem ser preservados num espaço (leia-se: um canal de televisão) também ele socialmente minoritário. Como? Através de uma dinâmica de “contrários” em que haja outro canal (leia-se: a RTP1) que jogue no mesmo terreno “maligno” onde jogam os canais privados – uma bela protegida por um monstro, eis o glorioso romantismo que teima em não se pensar. E quem vai garantir essa mórbida equação mediática? O Estado, claro, o sempre disponível e providencial Estado.

7.

Vivemos, assim, num tempo que está a pagar – e vai durante muito tempo continuar a pagar – os efeitos de um conceito do cultural que se enraíza na tradição mais teológica, e teleológica, da esquerda (que, aliás, a direita sem tradição serenamente reproduz). Manda esse conceito que o cultural emerge sempre melhor e de forma mais genuína quando o Estado o “acolhe” ou quando sobre ele exerce o seu “proteccionismo”. Só assim se pode compreender que essa mesma esquerda menospreze, por princípio, quando não por militância, muitas frentes da dinâmica cultural contemporânea (por exemplo, o cinema americano) e mantenha um silêncio quase religioso sobre as consequências – de linguagem, de economia, de difusão audiovisual – decorrentes da proliferação de telenovelas no espaço cultural português. Convém lembrar, a esse propósito, que o poder das telenovelas e do seu dispositivo narrativo e moral (isto é, eminentemente cultural) tem, entre nós, cerca de um quarto de século e foi durante muitos anos sustentado por uma única entidade: a RTP.

8.

A discussão do futuro da RTP é de natureza profunda e perturbantemente cultural. E importa dizer que a cultura não começa quando, ao princípio da noite, a RTP2 põe no ar o programa Acontece (importa dizê-lo, aliás, em defesa do próprio Acontece que nada ganha em ser bandeira seja do que for). A dinâmica cultural de uma sociedade não é um combate de galos entre os “imaculados” e os “pervertidos” e seria estúpido – porque seria atentar contra a nossa própria inteligência

– distrairmo-nos da cultura que, todos os dias, acontece noutros lugares: nas telenovelas e nas histórias que elas contam, nos concursos e nos valores de saber ou competição que neles se promovem, nas notícias e no modo como são encenadas. E, já agora, também nos filmes americanos.

9.

Claro que, no caso específico da RTP, soma-se a tudo isto um drama humano que importa não escamotear nem simplificar: o de centenas de funcionários que querem, muito legitimamente, saber o que vai acontecer a um património de que eles são uma parte nuclear e incontornável. Creio, no entanto, que nos iludiremos ainda mais se favorecermos a ideia segundo a qual esses mesmos funcionários serão mais respeitados (e os seus interesses mais bem defendidos) apenas em função do número de canais da futura RTP. Infelizmente, nada é tão simples.

10.

Sobre os pensamentos (ou a ausência de pensamentos) do momento paira, assim, a utopia de um “serviço público” cuja definição ninguém consegue formular de modo politicamente eficaz e socialmente reconhecível. Mais do que isso: ninguém está em condições de garantir que a sua eventual existência seja um dado automaticamente transparente – e transparentemente exequível. Sem dúvida porque nos habituámos a pensar todas as dinâmicas culturais em função de um Estado protector e proteccionista, bom samaritano e paternalista. E agora que o Estado já não está lá? Eu não sei, mas também não quero iludir as angústias inerentes a esta orfandade prática e ideológica.

Uma grelha para o serviço público

Vasco Graça Moura

Diário de Notícias, 22 de Maio de 2002

Sugiro um modelo concreto para a programação generalista da RTP, num só canal de serviço público.

Esse modelo, apresentado em termos muito genéricos e muito elásticos, procura ter em conta sucessivos segmentos das audiências. As alternativas às emissões privadas devem apostar na qualidade e na variedade. E também hão-de ter presentes certos imperativos impostos pelas circunstâncias actuais, caso da problemática da construção europeia, hoje vital para qualquer país da União, ou do crónico *deficit* cultural português.

Apresento-o estruturado na “vertical” do dia-a-dia, mas, como é evidente, ele aponta eixos a construir na “horizontal” da semana. E também não pretende ocupar exaustivamente os horários. Limita-se a enumerar possibilidades de programação que se pensa serem ajustáveis num todo coerente e útil.

Teríamos assim:

Manhã: notícias, programas para idosos e reformados; para doentes e deficientes (solidariedade, saúde, problemas, entretenimento); para donas de casa (puericultura, educação dos filhos, decoração, culinária, moda, vida prática, etc.); *talk show* de grande audiência popular, apontando à “alegria de viver”, do tipo do de Manuel Luís Goucha.

Hora do almoço e primeira parte da tarde: noticiário, seguido de programação variada de cariz formativo e educativo (não TV Escola..., mas susceptível de ser vista e utilmente aproveitada nas escolas), abordando temas tão variados como o recurso às novas tecnologias, a utilização de computadores e da Internet, documentários sobre a Natureza e a vida animal, viagens, práticas ambientais, problemas da juventude, vida sexual, novas profissões, questões de aprendizagem escolar e profissional, língua e cultura portuguesas, iniciação à cidadania europeia, papel dos professores na sociedade portuguesa, desporto escolar e amador, iniciação e prática do xadrez (essencial para desenvolver processos de raciocínio abstracto), etc.

18 horas: módulos infantil e juvenil.

19h30: noticiário regional e destaques do horário nobre.

20h: telejornal.

20h30: módulo do tipo *Acontece*, de Carlos Pinto Coelho (emissão diária de um magazine de cerca de 30 minutos, cobrindo a actualidade cultural do país, o que é muito importante num canal generalista).

21h/24h: horário nobre, a estruturar ao longo de toda a semana, com: filmes portugueses e clássicos do cinema, teatro nacional e estrangeiro, recitais por intérpretes portugueses, sobretudo jovens, séries ou adaptações baseadas em grandes obras literárias, grandes programas de música “ligeira”, portuguesa e estrangeira, jazz, livros, documentários e análises sobre o património e as artes, as ciências e as tecnologias, debates, entrevistas e reportagens (personalidades notáveis em todas as áreas, grandes temas da cultura e da história nacionais e universais, clássicos, economia e sociedade, globalização, construção europeia, actualidade política, língua portuguesa), ópera ou concertos sinfónicos uma vez por mês, etc., etc.

Sábado de manhã: programas dedicados às principais comunidades imigrantes (dos cabo-verdianos aos ucranianos), quer para lhes permitir uma melhor integração no país, quer para dá-las a conhecer melhor, na especificidade de cada uma, aos portugueses.

Sábado à tarde: módulo infanto-juvenil; grandes programas sobre etnografia, regiões, tradições populares, bandas de música, teatro amador, turismo, itinerários gastronómicos, percursos em Portugal, etc.

Domingo de manhã: confissões religiosas.

Domingo à tarde: grandes magazines de actualidades, filmes, sínteses muito variadas dos acontecimentos desportivos da semana.

RTP1 e RTP África: os módulos mais importantes da programação diária, sobretudo a do horário nobre (acrescida de programas específicos no caso da RTP África que é mais um instrumento político do que um órgão de comunicação social), em directo para os países em que a diferença de fusos horários não o impeça e em diferido para os outros, devendo crescer a programação da Universidade Aberta e fazer-se a contratação com as cadeias privadas para transmissão dos desafios de futebol.

Esta programação é muito mais viável financeiramente do que a actual e corresponde com seriedade ao que hoje pode esperar-se e exigir-se de um serviço público de televisão. Valoriza o canal e valoriza as audiências. Cobre com sensatez tudo aquilo que não é normalmente coberto pelas cadeias privadas.

Coloca a produção de grande parte dos programas ao alcance dos meios da RTP. Permite diversificar as encomendas às produtoras privadas e, por muito limitado que seja o orçamento atribuído ao canal, o alcance da aplicação destes princípios na criação cultural nacional e na produção correspondente é enorme. Outros tipos de entretenimento podem vir das estações privadas. O serviço público deve ser uma referência ou não será serviço público.

Post Scriptum: Ai que me esqueci de um programa sobre jardins, floricultura e jardinagem! Mas se o acrescentar, nem que seja ao sábado de manhã, alguns intelectuais do politicamente correcto ainda vão dizer que a proposta é esquizofrénica...

Ganhar públicos e não audiências

Carlos Pinto Coelho

Diário de Notícias, 1 de Junho de 2002

Saúde-se, neste temporal mediático sobre o serviço público de televisão (SPT), o aparecimento da segunda tentativa séria de oferecer tradução prática a ideias perfilhadas. Com Pedro Silva Costa (*Público*, 25/04/02), havia chegado uma primeira sólida tábua de ensinamentos para principiantes e até iniciados.

Agora, com Vasco Graça Moura (DN, 22/05/02), oferece-se-nos um bem-intencionado, mas contestável e irrealizável, projecto de programação.

Primeiro, as grandes opções:

1.

Ao expulsar um canal do património televisivo de serviço público dos portugueses e ao encerrar às 24 horas as emissões diárias do tal canal único, a “grelha” de VGM rouba ao País a fruição de 10 821 horas/ano de televisão – ou seja, 450 dias –, em relação ao que, felizmente, vamos tendo, hoje. Menos televisão, mais tempo para se ler livros e conviver? Talvez. Ou, realistamente, mais horas para engrossar o *share* diário das televisões privadas e seus proveitos?

2.

Esta “grelha” não contempla espaço para aquilo que é e continuará a ser obrigação do SPT: os tempos legais de antena, os directos de comemorações nacionais, os *spots* institucionais, as celebrações em Fátima, as transmissões directas de sessões parlamentares, etc. No ano passado, tudo isso somou 699 horas (29 dias) de emissão. Onde estariam elas, no tal canal único? Para quantos resistentes à inexorável fuga de audiências para as privadas? E quantos interessantes programas de VGM ficariam atropelados, sem apelo a outro canal público, pela irrecusável transmissão do debate de um Orçamento de Estado em sessão plenária?

3.

Também desapareceu desta “grelha” a meia hora diária de programação religiosa que vem sendo praticada na RTP2. Saberá VGM que a sua manutenção foi a primeira intervenção (conhecida) do actual Governo no conteúdo da programação da RTP? Ao restringir as confissões religiosas apenas ao domingo, de manhã, está esta “grelha” a afrontar um dos mais veementes desideratos das igrejas, em Portugal. Teve o seu costureiro de o fazer, por manifesta falta de pano. Mas Deus sabe que este pano não haveria de faltar ao País.

4.

Não há transmissões directas de jogos de futebol nesta “grelha” de canal único. O Governo, muito justamente preocupado com a transmissão do Mundial de Futebol em sinal aberto para toda a população, achou bem que a RTP empregasse, neste preciso momento, mais de meio milhão de contos na compra dos seus direitos. Mas VGM propõe, de futuro, apenas “sínteses de acontecimentos desportivos”, ao domingo à tarde. Ou seja, as transmissões de encontros (de futebol e modalidades amadoras) ficariam pasto livre para as privadas: se às privadas derem lucro (o futebol raramente o dá e as modalidades amadoras, nunca), o público tem-nas; e se as privadas não quiserem, o público tem de pagar para ver... na Sport TV. Como negócio para eles, ótimo. Para o público, sem alternativa grátis na TV pública, péssimo.

5.

A Universidade Aberta (que hoje faz as manhãs de sábado da RTP2) é aqui mandada emigrar para a RTP Internacional/África (?). Claro que muita coisa haveria de não caber neste improvável “2 em 1” do tal canal único. Mas logo isto? Logo uma das mais antigas, robustas e lúcidas prestações de serviço público que a RTP tem, com que não gasta um tostão e de que ainda recebe dinheiro? O serviço público da BBC acaba de lançar mais um canal aberto, exclusivamente dedicado à Ciência, às Artes e à Cultura. Cá, cortava-se o pouco que já há.

6.

E as crianças e jovens? É, a meu ver, um dos momentos mais gravosos do projecto de VGM. O que eles agora têm para ver nos dois canais da RTP são mais de quatro horas de programação específica diária. Passariam, no canal “2 em 1”, a dispor de uma escassa hora e meia, de segunda a sexta, e de mais uns trocos, não quantificados, ao sábado, à tarde. Ou seja: tudo quanto ao serviço público se exige de acompanhamento (pais ausentes durante o dia), educação, entretenimento e formação para a cidadania consumir-se-ia em 90 minutos por tarde dos dias úteis. Nada durante a manhã, quando o público infantil é numeroso. Aos alunos dos turnos da tarde das escolas públicas, restariam as televisões comerciais. Nunca “diabolizei” as programações das televisões privadas, mas a verdade é que elas não têm de ter, aqui como em tudo, outras preocupações que não as dos seus interesses. E o Estado não poderá nunca exigir-lhes, em *droit de regard*, as suas “grelhas” infanto-juvenis, zelando pela formação de futuros cidadãos, de que a própria RTP se teria ausentado. Mais um equívoco – e este, repito, sério – desta compressão “contranatura” do SPT num único canal.

7.

Desaparecem os telejornais para os deficientes auditivos. Os números de audiência revelam que são, agora, procurados por dezenas de milhares de pessoas. Mas, lá está: sendo repetições, esses programas não interessam a um canal que não pode dar-se ao desperdício de repetir seja o que for. Agora, o que lá está:

a) É difícil não subscrever quase por inteiro toda a listagem dos temas que estão na “grelha” de VGM. Ela reproduz, com inteligência, o melhor das últimas décadas de programação da RTP. Todo o aplauso, por exemplo, para os seus telejornais com 30 minutos; para a prioridade aos ideários da Europa; para a atenção às comunidades imigrantes; para as grandes séries baseadas em boas obras literárias; e tantas outras preciosas intenções que VGM foi lançando no seu rol de uma programação ideal e generosa.

b) O impossível é encaixá-lo em 16 horas diárias. Está lá tudo. Mas de tal maneira tudo... que não caberia na antena senão em suaves prestações, ao longo de anos de emissão. Temas há que, pura e simplesmente, sobriariam para uma próxima geração. É que dois canais fazem mesmo falta!

c) O exemplo da tarde: antes do regresso das crianças das escolas (cerca das 17 horas), o público de televisão é maioritariamente sénior. Seria a ele que se destinaria uma longa lista de programas “de cariz formativo e educativo”? Não terá, antes, de se lhe oferecer outro tipo de programas, entregando aqueles ao canal alternativo?

d) O exemplo do horário nobre (21-24 horas): é de tal modo exaustiva a enumeração de programas de médio e grande formato a caber em escassas três horas que, tudo visto, ao público do utópico canal seriam dados um único filme, um único debate, um único serão de música ligeira..., de dois em dois, ou de três em três meses. Mera questão aritmética, solúvel apenas com um canal alternativo.

e) O exemplo dos canais internacionais: como plasmar num mesmo grupo-alvo o estudante moçambicano de Maputo e o português que guia táxis em Paris? Que haverá de comum entre a linha editorial de um telejornal luso-afro-brasileiro e os programas musicais de Marco Paulo? A “grelha” de VGM elude a questão, mas estamos – também aqui – muito a tempo de refundar uma RTP África, que até agora pouco existiu e mal, e de injectar mais inteligência e bom senso numa RTP Internacional que é estimada por toda a comunidade portuguesa no estrangeiro. Não fundi-las num caco televisivo. Antes robustecê-las, autónomas, em dois bons serviços nacionais de prestígio para o país.

Enfim, não, Vasco Graça Moura: a sua “grelha” não é mais viável financeiramente do que a actual. Uma série de época continuará a custar os mesmos 20 mil contos por episódio; a gravação de uma peça de teatro com poucos actores, 10 mil; um “grande programa de música ligeira”, 20 mil, e por aí adiante. Sim, Vasco, estamos de acordo quanto ao dever de conquistar públicos sem compitas pelas audiências. E também sim aos inestimáveis efeitos benéficos de mais e mais produção portuguesa (incluindo programas sobre floricultura.) Mas só mesmo com dois canais...

Cultura televisiva e serviço público de televisão

Marçal Grilo

Diário de Notícias, 12 de Junho de 2002

1.

Num país em que mais de 60% da população tem um máximo de seis anos de escolaridade, em que os níveis de leitura de jornais ou de livros são dos mais baixos da Europa, a televisão tornou-se, em particular nos últimos anos, o meio privilegiado através do qual muitos portugueses consomem o seu tempo distraíndo-se, divertindo-se e onde “apreendem” o que se passa no País e no mundo.

Existe, assim, o que se pode chamar um produto televisivo que se caracteriza sobretudo por uma informação-espectáculo onde o rigor conta pouco e onde predominam os programas assentes numa “cultura”, cujos “valores” são uma “representação” do próprio telespectador. Isto é, programas que reproduzem o imaginário do cidadão mediano, ou seja aquele que não lê, que tem uma baixíssima formação de base e que pouco gosto ou interesse tem em aprender e em saber contentando-se, quase sempre, com um conhecimento aproximado da realidade numa lógica de “mais ou menos”.

Esta “representação” do telespectador no próprio programa está na origem de todos estes conteúdos de nível cultural duvidoso, mas que são os grandes momentos para quem tem como “valores de vida” o dinheiro e o sucesso fácil, e que tem como “modelo” as personagens das telenovelas ou os heróis dos *reality shows*.

2.

Esta cultura televisiva tem depois uma outra componente que se tornou essencial como factor estratégico dos operadores de televisão, que consiste em “alimentar” o telespectador enredando-o em todos aqueles elementos que ele aprecia e que envolvem as “personagens” e os “heróis” da “pantalha” – os namorados e as namoradas, os vestidos, os divórcios, os fatos, as férias, as casas, as festas, os carros, os casamentos, os filhos, e tudo o mais que possa alimentar as famosas revistas sociais que são depois espalhadas pelas salas de espera dos consultórios, pelos cabeleireiros e por todos os locais onde o “telespectador” poderá ter que permanecer um pouco mais de tempo. Refira-se, no entanto, que nestes locais a televisão também já se instalou, não sendo hoje difícil ver os “pacientes” a seguir no “médico” a telenovela preferida enquanto esperam ser chamados para consulta.

3.

A este panorama sobrepõe-se uma outra realidade que é a dos profissionais de televisão que fazem parte desta cultura e que são eles próprios factor de preocupação, não porque não tenham qualidade profissional, mas porque para prosperarem também na lógica do dinheiro e do sucesso fácil decidiram adaptar-se ao “sistema”, tornando-se as personagens deste “negócio” pelo que fazem hoje parte do problema que eu julgo que temos de equacionar.

4.

O problema central está, assim, em saber se é possível produzir um serviço público de televisão, pago pelos cidadãos contribuintes, através de um financiamento com origem no Estado ou a partir directamente do próprio cidadão que a isso se dispõe (isto porque de uma forma precipitada se acabou há uns anos com o pagamento da taxa), serviço esse que tem que ter como objectivo principal combater exactamente a “cultura” produzida em Portugal nos últimos anos pelo próprio sistema de televisão, nomeadamente pelos três canais generalistas de que o País dispõe desde a primeira metade da década de 90. Isto é, trata-se de estudar e estruturar um projecto televisivo novo, que, partindo, por exemplo, da actual RTP, defina uma programação onde as notícias não sejam só espectáculo, onde haja desportos, que não apenas o futebol, onde os entrevistadores não queiram fazer o papel dos entrevistados e mostrar que sabem mais do que estes mesmo quando “aprenderam” as matérias na véspera, onde o divertimento não signifique as pessoas rirem-se da sua própria imbecilidade e onde seja possível que as pessoas aprendam qualquer coisa que as valorize. (Neste particular, convém, no entanto, não ter ilusões – a televisão não é uma escola e não tem que ser “educativa”, mas consigamos, ao menos, que ela não seja completamente deseducativa e violentadora dos valores que muitos de nós continuam a “tentar” cultivar).

5.

Parece-me ainda evidente que um serviço público de televisão deve obedecer a duas condições essenciais. Por um lado, a programação não pode ser uma daquelas “chumbadas” intelectuais com filmes para pensar, debates sobre os “sofistas”, transmissões de *curling* ou *talk shows* com gente erudita, que debita citações sem nós percebermos o que eles pensam, se bem que às vezes eles não pensem mesmo nada. Mas, por outro, também não poderá ser uma programação que é definida em função dos índices de audiência. Ou seja, pretende-se algo que seja minimamente atractivo e que justifique o próprio investimento público, mas que evite o populismo por mais compensador que este seja em termos publicitários e comerciais.

6.

Se este serviço público de televisão se faz com um, com dois ou com três canais, verdadeiramente não sei, mas como quando não sei gosto de perguntar a quem

sabe, sigo a posição do Carlos Pinto Coelho que é um profissional que eu muito respeito e de quem sou amigo há quase quarenta anos e faço minha a sua proposta quanto à existência de dois canais como estrutura mínima para atingir as finalidades de um serviço público que cubra os objectivos traçados.

7.

Na actual situação em que se encontra o dossier RTP, talvez fosse bom que alguém tivesse senso (já não digo bom senso porque será talvez pedir de mais) e se procurassem encontrar algumas “pontes” entre as diferentes tomadas de posição (políticas, técnicas, ou culturais) que permitissem que as questões atrás enunciadas fossem equacionadas e se encontrasse uma solução digna e exequível tanto do ponto de vista técnico como de um ponto de vista económico e financeiro. E não digo soluções consensualizadas, porque há alturas em que o consenso só pode ser um consenso mínimo e as fórmulas que se conseguem alcançar nessas condições não são nem as melhores nem as que permitem “avançar” com a solução para o problema. É, neste sentido, que gostava de fazer um apelo. Não será possível que estas duas comissões que foram constituídas recentemente se encontrassem numa “plataforma de serviço público” e tentassem, com a competência que se reconhece a alguns dos seus membros, elaborar um documento simples e concreto onde se defina aquilo que devia ser feito e que permita que o País se desembarace desta “trapalhada” em que se constituiu o caso RTP?

Nota Final: É necessário livrar o País destas “trapalhadas” por duas razões. A primeira, porque o dossier RTP é relevante, mas vale o que vale e é importante relativizar todo este processo conduzido de forma desajeitada e insensata. A segunda, porque o País tem de facto questões importantes para resolver e a tal cultura televisiva deu a entender a muitos que a RTP é a única questão essencial com que nos debatemos... a par do futebol e do Benfica...

RTP – Operação kamikaze ou “solução final”? (2)

António Pedro Vasconcelos

Público, 9 de Maio de 2002

Num notável artigo intitulado “TV e Segurança Nacional”, o general Loureiro dos Santos, depois de enunciar os objectivos de interesse público que cabem à TV, conclui: “Esses objectivos só poderão constar da agenda de canais tutelados por quem recebeu dos portugueses o mandato para ser responsável pela Segurança Nacional e não poderá ficar nas mãos de quem prossegue outros objectivos, também eles legítimos, que não sejam os que visam o interesse nacional”. E remata, para que não restem dúvidas, que o que está em jogo é “a Segurança e a Independência Nacional e o vigor do regime democrático”.

Todos estamos de acordo que a RTP, como existe, não serve. Mas as medidas que o PG anuncia para a “disciplinar” só podem ser interpretadas como uma cedência grave ao *lobby* das TV privadas, que exigem para si toda a publicidade, para fazer face à dramática exiguidade do mercado, e a anulação do papel do SP de TV, para poder condicionar a sociedade e a vida política.

Em Itália, com a cumplicidade de Bettino Craxi, um obscuro cidadão tornou-se, de um dia para o outro, primeiro-ministro, graças ao controlo da opinião pública através da posse da TV privada, e ameaça hoje os fundamentos do Estado de Direito. Em Portugal, com a proposta de transformar a RTP num “canal Bonsai”, descaracterizado e com uma influência residual na sociedade, os perigos não são menores: desprotecção das minorias, da criação artística, da língua e da identidade. Pior: anulação de qualquer esforço de investimento na formação, essencial, como lembrou recentemente Porter, para o desenvolvimento do País. Mais: com as TV privadas à solta, seria minada a autoridade do Estado, e o governo – qualquer governo – ficaria à mercê dos interesses dos donos da comunicação e refém dos seus “telejornais”. Quando Rangel, no início da SIC, declarou que podia eleger um presidente, não se enganou: anos depois, levava Vale e Azevedo à presidência do Benfica, com o propósito de tentar romper o monopólio do futebol que estava nas mãos da Olivadesportos e da RTP. E, se Vale e Azevedo está hoje preso, é porque, por uma ironia do destino, a TVI, graças ao fenómeno “Big Brother”, se tornou líder das audiências na véspera das últimas eleições no clube da Luz, e apostou em Vilarinho para precipitar a queda do candidato da SIC.

Os portugueses, ao contrário do que se invoca como pretexto para destruir o que resta da RTP, querem uma TV pública que os proteja das manipulações da informação, das agressões da vulgaridade, dos apelos ao voyeurismo, da exploração da

dor e dos sentimentos ingênuos (veja-se o que foi a obscena cobertura dos acontecimentos de Entre-os-Rios) e do nivelamento dos programas pela lógica do menor custo para o máximo de “share”. Em 1997, um inquérito da UE revelava que, na Europa dos 15, os portugueses eram aqueles que mais prezavam a ideia de que “a TV é serviço público”: 79% dos inquiridos respondiam favoravelmente, logo seguidos pelos italianos (*et pour cause*), com 76%.

Em 1994, na IV Conferência Ministerial, em Praga, o governo de Cavaco Silva aprovou uma resolução onde se definiam os contornos do serviço público de TV. E, em 1997, já durante o primeiro governo de Guterres, foi aprovado o Protocolo do Tratado de Amesterdão onde, “considerando que o sistema de radiodifusão pública (...) está directamente ligado às exigências democráticas, sociais e culturais de qualquer sociedade e à exigência de preservar o pluralismo dos meios de comunicação”, a UE admitia a competência dos Estados-Membros para financiar as suas estações públicas, no sentido de cumprirem aquela missão de soberania.

Seria, no mínimo, insólito, que Portugal abdicasse desse direito, introduzindo uma nova originalidade, depois da abolição da taxa e da alienação dos emissores, que seria o desmantelamento do seu já tão frágil operador público. Mais do que uma “solução final”, seria uma operação kamikaze, na medida em que o governo se imolava (e com ele o país) nessa operação insensata e suicidária.

* * *

Mas, além de perigoso, o PG carece de sustentação. Primeiro, porque o Estado não pode livrar-se do passivo da empresa e de alguns dos seus trabalhadores por um passe de mágica, quando é, para mais, o seu principal devedor; segundo, porque, se fechasse um canal (situação com um único precedente na UE – a Cinq, em França, que faliu, na sequência da privatização da TF1, e foi substituída por um novo canal público, a ARTE), o que faria do espaço hertziano disponível? Abria um concurso, sabendo-se que não há espaço sequer para dois canais comerciais? Entregava-o à SIC e à TVI? Para fazer o quê? Com que lógica? Pago por quem? O governo não diz, pela simples razão de que não sabe. Não seria, nesse caso, mais avisado parar para pensar?

Não há tempo para mais aventuras irresponsáveis. É altura de pôr o interesse nacional acima das querelas partidárias, da demagogia populista, do alarido dos *lobbies*. Para que isso aconteça, torna-se necessário:

1. Criar uma Alta Autoridade para o Audiovisual (AAA), forte, independente e prestigiada, que substitua a AACs e o ICS (e, desejavelmente, o próprio ICP), com um presidente eleito por 2/3 pela AR, e a quem sejam dados francos poderes em matéria de regulação e fiscalização das obrigações dos operadores; aplicação da lei da concorrência no sector; e nomeação do presidente da RTP.
2. Reforçar os poderes do Conselho de Opinião da RTP, que deve tornar-se um verdadeiro Provedor dos espectadores.

3. Assumir a dívida do Estado à empresa e revalorizar os seus activos (nomeadamente os arquivos, que têm um interesse público inestimável).

4. Estabelecer uma dotação orçamental fixa, adequada e estável, que permita à RTP, com os seus vários canais e serviços, fazer face às obrigações que lhe venham a ser cometidas pelo novo CC (que devia ter sido revisto até finais de 99), no plano nacional e internacional. Para evitar que o investimento publicitário condicione a lógica da programação, essa dotação deverá ser claramente superior à que a RTP poderá angariar no mercado publicitário. É o que se passa, de resto, em todos os países europeus, desde a França (onde o investimento público relativamente à publicidade é de 60%), à Itália (65%), enquanto em alguns países, onde a TV pública é mais prestigiada, a percentagem do financiamento público chega a 91%, na Dinamarca, 92% na Alemanha, 99% na Noruega e na Suécia, 100% no Reino Unido, e mesmo em países como a Austrália (onde é de 98%) ou o Japão (100%).

5. Encarregar a nova Administração de apresentar um plano visando a reforma da RTP, de modo a adaptá-la às necessidades, mas também às possibilidades, do país e às novas oportunidades que se oferecem ao SP num ambiente de multiplicação da oferta de canais e serviços, num mundo que caminha definitivamente para o digital, para a interactividade e para a convergência. E, sobretudo, restituir à RTP, pelo rigor, exigência e qualidade da sua programação, a credibilidade como estação de referência junto de todos os portugueses.

A RTP (refundada, redimensionada, renovada) é, como lembrava o general Loureiro dos Santos, um dos últimos redutos da nossa soberania. Não o perceber é condenar-se ao suicídio dos valores da democracia, eliminar a possibilidade de ganhar a batalha da educação e pôr em causa a governabilidade do país. Se o risco não fosse grande, apetecia-me dizer: “Se não acreditam, experimentem!”

Nem “serviço”, nem “público”

José Pacheco Pereira

Público, 9 de Maio de 2002

Tinha prometido a mim próprio não tornar a falar outra vez da mais que armadilhada questão do “serviço público” na comunicação social. Há 20 anos que digo sempre o mesmo, sem qualquer resultado, como é óbvio: acabe-se com tudo o que hoje usa esse nome e então talvez depois se possa garantir a coisa. Bastava ver o incrível debate da RTP1 de terça-feira, com a apresentadora a conduzir todo o programa para defender a tese da casa, apoiada por uma maioria de fornecedores da RTP, que como era de esperar defenderam com unhas e dentes a necessidade dos seus produtos continuarem a ser comprados, para se perceber a mensagem: o “serviço público” somos nós, tal como estamos, tal como costumamos e não se deve mudar nada. O “serviço público” é a RTP1, a RTP2, a RTP-África, a RTP-Internacional, a RDP, a Lusa, etc., e ai de quem tocar neste sistema.

Nesta matéria, o programa do Governo também não ajuda. Nele se abandonam posições mais consequentes que o PSD já tinha tomado no passado durante a direcção de Marcelo Rebelo de Sousa, propondo o fim da comunicação social do Estado, defendendo um “serviço público” contratualizado com o sector privado. O actual programa do Governo é confuso, as soluções que propõe são híbridas, não resolvem nenhum problema de fundo e, pelo contrário, vão agravar a situação corrente, não permitindo a reforma urgente de todo este sector.

Essa reforma só pode ser uma: definir em termos claros o que é o “serviço público” que o Estado tem obrigação de prestar no domínio da comunicação social e, só depois, escolher os meios através dos quais ele é prestado. Ora, o que se passa é que toda a gente parte do princípio de que o “serviço público” são as rádios, os canais de televisão existentes, as empresas actuais e toda a discussão é inquinada por isso. Há duas fortes razões porque assim é e nenhuma aceitável como base para qualquer “solução”: uma é ideológica, outra é sindical. Na prática, as duas misturam-se de forma impossível de separar.

A fundamental das razões é ideológica. A defesa do “serviço público” na comunicação social é uma posição estatista, de quem pensa que o Estado é superior ao sector privado no fornecimento de bens e serviços. Já era assim que se justificava que o Estado deveria ter ficado com um jornal “público”, o *Diário de Notícias*, e, como se viu, nenhum mal veio da sua privatização. Em desespero de causa, no actual estado de discussão, mistura-se com esta posição ideológica tudo, desde um nacionalismo anti-americano, baseado na “excepção francesa”, até à procura

de modelos “europeus” que são bastante diferentes de país para país, com consequências conexas que ninguém em Portugal aceitaria. O que não convém nesses modelos “europeus” esconde-se, como a recente proposta do Governo de Blair para liberalizar a comunicação social.

O argumento de que o “serviço público” é fundamental para garantir o “pluralismo informativo” mostra esse fundamento ideológico. Esse pluralismo obviamente existe já no sector privado, quer na rádio, quer na televisão. Os noticiários da RTP são iguais aos da SIC e da TVI, e, naquilo em que são diferentes, são piores porque são governamentalizados. A diferença da RTP é a sua governamentalização e isso vê-se todos os dias. A defesa que em entrevistas escolhidas a dedo e em “spots” publicitários repetidos até à exaustão a RTP faz de si própria como “serviço público” é um exemplo dessa governamentalização. Está atrasada de um governo, mas as teses que expõe são as que, por exemplo, Arons de Carvalho e o PS defendem desde sempre. Há muitos outros exemplos da politização da televisão “pública”, como sejam as contratações de Rangel e da sua equipa, decididas pelo primeiro-ministro; mas bastava o modo político e ideológico como a RTP está a conduzir uma campanha contra a política de comunicação social do actual Governo para se perceber o que a casa gasta.

Outro dos aspectos muito significativos desse carácter ideológico do “serviço público” é a recusa dos seus defensores em defini-lo ou impor-lhe qualquer limite. Para eles, “serviço público” é tudo o que passa na RTP e na RDP, incluindo “entretenimento”, futebol e música rock, tudo coisas que, como se sabe, escasseiam no panorama audiovisual privado. Ao se recusarem a definir “serviço público”, eles não querem é que se discuta a relação entre os meios existentes (quatro canais da RTP, quatro canais de rádio, uma agência de notícias, etc., etc.) e o tipo de serviços prestados.

Tudo isto se percebe de imediato com ainda maior evidência na RDP, paga através de um imposto especial escondido na factura de electricidade. Por que razão temos de ter vários canais de rádio oferecendo em nome de “serviço público” aquilo que a Rádio Renascença ou a TSF oferecem sem ser pagos pelos contribuintes? Aqui também o programa do Governo cede aos interesses instalados propondo apenas a extinção da Antena 3, a emissora de música ligeira, deixando intacto o velho império herdado da Emissora Nacional e das nacionalizações do PREC. Mesmo o caso, mais controverso e aberto à discussão, da Antena 2, a emissora “clássica”, pode hoje ser reequacionado, quando se verifica o aparecimento de estações privadas na área da grande Lisboa com programação exclusivamente de música clássica.

Se se acabar com o mito do sector da comunicação social do Estado, com o seu peso ideológico e irracionalidade económica, poder-se-á defrontar com muito mais clareza e eficácia a questão do “serviço público”. Poder-se-á defini-lo mesmo em sentido lato – não é essa a minha opinião, mas é uma discussão que se pode ter – para depois se escolherem quais os instrumentos e os meios necessários para a

sua garantia. Esses instrumentos podem variar conforme a situação do panorama audiovisual privado e as necessidades “públicas”.

Lamento que o Governo tenha aqui escolhido um caminho que, se não existissem os constrangimentos financeiros actuais, seria de continuidade. Se se pensasse de forma diferente, poder-se-ia de facto projectar no futuro um novo panorama audiovisual, aproveitando as “vantagens” do nosso atraso: ou seja, começar de novo e de fresco, usando as tecnologias actuais. Esses meios são múltiplos e muito diferentes e encontram no panorama audiovisual mundial – e não apenas ao “europeu” a que se quer confinar o debate – soluções que se revelam francamente melhores e menos onerosas. Com os milhões de euros libertados do nosso falso “serviço público”, poderiam ser canalizadas para, no âmbito de diferentes ministérios como o da Cultura e da Educação, contratar produções que garantissem a defesa da língua e da cultura portuguesa.

Claro que para tudo isto funcionar exigem-se muitas outras condições laterais indispensáveis, como seja a liberalização da constituição de emissoras de carácter regional e local, a democratização do cabo e a sua utilização para canais especializados, a contratação com as estações privadas para que programas por si produzidos cheguem às comunidades emigrantes. Igualmente decisivo é o cumprimento rigoroso dos contratos do Estado com as televisões privadas. Não é de todo admissível que as obrigações a que essas estações se comprometeram para utilizar um bem público – o espaço radioeléctrico – não sejam cumpridas com rigor. Poder-se-ia quase suspeitar que o laxismo com as estações privadas se destina a justificar a existência da RTP.

Podemos assim vir a ter tudo o que temos hoje, melhor, com maior escolha, com maior qualidade, com menores custos. Teremos música clássica, ópera, programas para as minorias, debates de questões nacionais, emissões em aberto dos principais eventos desportivos, programas e filmes em português, apoio à existência de correspondentes nos PALOP, sem ter de pagar o preço ideológico do que actualmente se chama “serviço público”. E liberta-se de vez a tão sensível área da comunicação social da mão do Estado e dos governos.

Os argumentos do costume

Eduardo Cintra Torres

Público, 13 de Maio de 2002

Está montado o circo do PREC à porta da RTP em Lisboa. No asfalto da 5 de Outubro caem, de alguns oportunistas e aproveitadores do dinheiro público, muitas lágrimas de crocodilo; pelas pedras da calçada transformadas em pano de estúdio passam, desde que as câmaras estejam ligadas, muitos defensores emocionados da mediocridade televisiva em que participaram e pretendem continuar a participar; com bandeirolas e autocolantes no peito choram alguns que se designam “trabalhadores” e que, de cada vez que o fazem, obrigam os restos mortais de Karl Marx a dar uma volta no caixão no cemitério londrino de Highgate.

Circo é circo, mas a capacidade organizadora de plenários da actual direcção-geral, aliada aos interesses que a política anunciada pelo Governo põe em causa, pode ser suficiente para criar um cambalacho político difícil de resolver. Os interesses instalados vão usar todas as armas em que são exímios: propaganda, argumentos absurdos que colhem, em parte da opinião pública, apelos de “personalidades” à desobediência civil e em simultâneo à intervenção do Presidente da República.

O circo começou no pseudo-debate que Judite de Sousa se prestou a orquestrar na terça, revelando a natureza do que chamo a Nova Propaganda, aquela em que o pluralismo serve para adocicar a pílula da mensagem preferencial imposta à audiência (que carta terá Mariana escrito desta vez a Judite?).

É próprio dos períodos revolucionários que as propagandas se revelem em todo o seu esplendor, e esta contra-revolução em defesa dos interesses dos parasitas estabelecidos na carcaça do dinossauro RTP tem sido pródiga em mostrar a inconsistência de alguns velhos argumentos.

Um deles é a questão do financiamento. “Simples”, dizem os indignados de hoje que nunca se indignaram com o “forrobodó” de sempre. “Basta resolver o financiamento da RTP para tudo ficar resolvido. O mal foi acabarem com a taxa! Com ela, tudo estaria bem! Veja-se o caso da RDP, a taxa é cobrada e não há problema, a RDP até dá ‘lucro’!”

Eis o despudor com que se pretende usurpar o dinheiro dos contribuintes. De facto, a abolição da taxa da RTP é irrelevante se o Estado tiver processos transparentes de financiar os seus serviços, sejam eles quais forem. A taxa da RDP é tudo menos transparente, pois está mascarada na conta da electricidade, o que é de duvidosa lealdade democrática e de cidadania. É uma taxa universal e igual para todos, independentemente dos seus recursos e da utilização dos serviços.

Além disso, o cerne da questão não é a forma do financiamento, mas o financiamento em si. O que conta é que, tal como a RTP, a RDP recebe dinheiro a mais, muito dinheiro a mais, para os serviços que presta. A RDP também tem muita gente a mais em relação aos serviços que presta, alguns dos serviços que presta não são serviço público, e os seus recursos exagerados estão sujeitos à arbitrariedade, como o milhão e meio de contos gastos na rede digital DAB que o futuro tornará inútil antes de servir para alguma coisa.

Algumas pessoas defendem, até abertamente, que o processo de obter o financiamento da RDP é excelente porque se engana as pessoas e elas não dão por isso. E o mais estranho é que essa defesa do desbaratar de impostos cobrados ao engano é feita principalmente por quem mais se esperaria que tivesse em atenção os interesses do povo.

O mesmo tipo de argumentação é o que consegue apresentar como exemplo bom para Portugal a pouca-vergonha da RTVE espanhola e a péssima conduta do Governo do PP de Aznar: o déficit da RTVE é descomunal, a despesa que os espanhóis fazem com aquela empresa é impressionante tendo em conta o péssimo serviço que presta.

Mas, como disse, os períodos revolucionários trazem a verdadeira natureza das pessoas à tona, e o caso RTP adquiriu contornos PREC susceptíveis de revelar todos os Mr. Hyde que há por trás dos simpáticos Dr. Jekyll que choram lágrimas de crocodilo.

O outro argumento interessante que se invoca é o das audiências: é preciso um canal generalista para “a maioria” e um para “as minorias”. E chega-se a indicar valores de *share* para o que deve ser o canal generalista. As conversas que tenho mantido nas últimas semanas e o que tenho lido e ouvido em torno do tema mostram o enorme desconhecimento do que são as audiências (confundidas com a sua medição pela audimetria) e do que são as audiências actuais nos países desenvolvidos.

Hoje, as audiências somos nós todos e somo-lo a todo o instante, seja de TV, de rádio, de música, de imprensa ou de espectáculos. As audiências são difusas, fragmentadas, divididas, e têm um poder acrescido de escolha e de construção do “dia mediático”. Não há nenhuma audiência expressiva de um único canal, pelo que não faz sentido construir uma programação que tenha uma coerência de uma audiência que não existe, o tal famigerado “grande público”. Hoje, os espectadores são – para usar a expressão daquele argumento – esquizofrénicos, no sentido de que escolhem aqui e ali o que muito bem entendem para construir o seu canal, um canal de um único espectador, eles mesmos.

Por isso, não faz sentido definir programações de serviço público “de maiorias” e “de minorias”, isto é, em função das audiências. Nenhum membro de “maioria” ou de “minorias” verá um canal desses. Verá, isso sim, partes, bocados, fragmentos desses canais. E, assim, faz muito sentido programar em fragmentos como propus várias vezes num segundo canal público porque cada segmento se destina a uma audiência interessada.

O que acontece, porém, é que muitas das pessoas com quem tenho falado não querem saber para nada das audiências específicas dos programas ou canais, isto é, das pessoas concretas, os seus concidadãos. A argumentação feita dos canais para “maiorias” e “minorias” esconde outra que dificilmente o leitor ouvirá, mas que lhe garanto que existe: “OK, damos de barato que tem de haver um canal para o povão e com futebol (que a gente também quer ver), mas tem de haver outro canal para nós vermos... e fazermos.”

A arquitectura belíssima dos dois canais – um para “maiorias” outro para “minorias” – esconde os interesses de pessoas em fazerem elas programas para si mesmas. A insensibilidade que encontrei perante a ideia de adequar a programação a audiências concretas da sociedade civil foi para mim sinónimo de um horrível desprezo: há intelectuais, e principalmente de esquerda, alguns deles muito vocais neste período, que se estão nas tintas para as audiências e para a sociedade civil. O que querem é ser eles a fazer a televisão de serviço público, chame-se RTP ou outra coisa.

É claro que o circo está montado na 5 de Outubro também pelo facto de a estratégia do Governo não só não ser totalmente clara como ainda não ter sido apresentada de uma só vez. Não se sabe o que o Governo pretende fazer com um dos canais públicos (e se ainda não sabe deveria dizer que ainda não sabe, e que quer começar por um a reforma do serviço público); o próprio destino da RTP enquanto empresa foi, nas palavras públicas de Morais Sarmiento, na quinta-feira, a extinção e sua substituição por nova empresa, mas já na sexta-feira, entrevistado pelo Grande Júri da TSF, o mesmo ministro disse exactamente o contrário. Esta indefinição alimenta o circo do PREC.

Meia hora de serviço público?

José Vítor Malheiros

Público, 14 de Maio de 2002

As declarações recentes de Nuno Morais Sarmiento, se deram a ideia de que o excesso de zelo leva os governantes a falar primeiro e reflectir depois, tiveram pelo menos o mérito de ter ateadado a discussão sobre o serviço público de televisão e o futuro da RTP.

Surgiram de todo o lado campeões defendendo diversas soluções, apontando todos os erros cometidos pelos diversos Governos no domínio do audiovisual, sublinhando as ambiguidades do conceito de serviço público, invocando os exemplos “do estrangeiro” que melhor servem esta ou aquela posição, etc.

Mesmo entre as posições mais extremadas parece existir um ponto de consenso: todos estão de acordo sobre a necessidade de algo a que chamam “serviço público de televisão”, um conceito sobre cuja definição todos se têm afadigado.

Entre os mais neoliberais, este “serviço público” pode ser contratado com um ou mais canais privados, da mesma maneira que um serviço de transporte ferroviário ou de distribuição de água o pode ser. Muitos defendem mesmo que o “serviço público” pode ser fornecido à sociedade de forma mais eficaz e mais barata por empresas privadas, já que as empresas públicas serão sempre um sorvedouro de dinheiros e um poço de ineficiências, pois sabem que nunca serão sancionadas e que a sua sobrevivência nunca estará em causa – ao contrário do que acontece com as empresas privadas.

Através de alguns escolhos, a definição de “serviço público” tem evoluído para um pacote de actividades, mais ou menos numerosas, mais ou menos bem definidas, entre as quais se encontram coisas que vão desde o tempo de antena das confissões religiosas a preocupações mais edificantes como o apoio à produção audiovisual nacional ou a promoção do debate de ideias.

Este arrolamento cada vez mais detalhado, porém, tem alimentado um crescente mal-entendido, já que, quanto mais bem definido fica este “serviço público”, mais fácil parece a sua contratualização com um ou mais canais privados. E se é possível contratar a privados este “serviço público”, para que precisamos de uma televisão pública?

Seria conveniente dizer com clareza que (certamente não todos, mas pelo menos) alguns dos que falam de “serviço público de televisão” – nos quais me incluo – defendem a necessidade não de uma televisão “com” serviço público mas uma televisão “de” serviço público, uma televisão onde o serviço público não seja uma alínea da programação mas a sua estratégia directriz, a sua razão de ser.

Uma estação que passa um “Big Brother” ou um “Masterplan” não faz serviço público porque dá tempo de antena a uma associação de deficientes no fim da emissão nem porque financia um filme português. O serviço público não se faz às meias horas.

O serviço público também não define apenas o que se deve fazer: também define o que não se pode fazer. E é evidente que não se podem impor estes limites a uma estação privada.

É por essa razão que o serviço público, assim definido, nunca poderá ser assumido por uma estação privada, que tem forçosamente de obedecer a uma estratégia de lucro, mesmo quando sabe que não está a privilegiar a qualidade; ao contrário de uma estação de serviço público, que tem de obedecer a uma estratégia de aposta na qualidade, mesmo quando sabe que haveria outras maneiras, mais fáceis, de crescer em audiências.

Serviço público “versus” interesses privados na televisão

Vital Moreira

Público, 14 de Maio de 2002

A forma como o Governo anunciou a reforma do serviço público de televisão não podia ser mais desastrada nem mais demagógica. E isso só tornou mais evidente aquilo que desde o início se adivinhava, a saber, que a proposta de redução da televisão pública a um único canal, na base do actual canal 2 da RTP, sem receitas de publicidade, não tem atrás de si nenhum estudo sério sobre o serviço público, a sua organização e o seu financiamento, e que a única preocupação é aniquilar a estação pública e com isso beneficiar directamente as televisões privadas e os grupos de comunicação social a que elas pertencem.

De facto, não podia ser mais visível o entusiasmo com que as televisões privadas e os seus porta-vozes aplaudem a proposta. Haverá menos uma estação na concorrência e elas ficarão com a integralidade do bolo publicitário, partilhando entre dois o que agora é dividido por três. Entende-se também a cumplicidade da generalidade dos demais meios de comunicação social. Com a rarefacção da oferta de publicidade na televisão, e o seu consequente encarecimento (dadas as limitações legais aos tempos de emissão de publicidade), também as rádios e os jornais contam ter acesso a uma quota adicional do mercado publicitário, que hoje lhes foge por causa da relativa acessibilidade da publicidade televisiva.

O motivo invocado para a drástica proposta – ou seja, os défices e o desregramento financeiro da RTP, incluindo as remunerações milionárias – não passa obviamente de um pretexto. De facto, para debelar a doença da má gestão financeira da televisão pública basta curá-la com um novo quadro institucional e regulatório, sendo manifestamente excessivo matar o doente. Pela mesma ordem de ideias a maior parte dos organismos públicos (desde a TAP à CP, desde os hospitais às universidades) teriam de ser igualmente extintos. Basta mencionar os abissais défices das empresas públicas de transportes. Ao optar pela extinção, em vez de enveredar pela disciplina administrativa e financeira, o Governo dá sobejas provas de que quer sobretudo aproveitar a crise financeira para operar uma verdadeira “operação de limpeza”.

Na base da ideia europeia do serviço público de televisão, entre nós constitucionalmente obrigatório, estão principalmente três ideais: primeiro, diferentemente da imprensa, a televisão utiliza um bem público escasso (o espaço radioeléctrico), estando sujeita além disso a importantes barreiras económicas à entrada; segundo, a televisão, pela sua acessibilidade universal (diferentemente da reduzida audiência

da imprensa), pode constituir um veículo privilegiado de promoção da identidade cultural nacional e um espaço incomparável de informação e debate político e ideológico; terceiro, sem um significativo sector televisivo público internamente pluralista e aberto, sobretudo em matéria de informação e debate de ideias, as televisões privadas, no seu limitado “pluralismo externo”, podem ser um perigoso instrumento de manipulação política ou de “imperialismo cultural” estrangeiro. Nas actuais condições o serviço público de televisão não pode pois limitar-se à existência da RTP Internacional e da RTP África, as quais, aliás, na falta do Canal 1, teriam de ter produção própria ou de comprar bem caro os programas das televisões privadas para preencherem a sua emissão. Nem sequer se pode bastar com a existência de um qualquer suporte para emitir os tempos de antenas dos partidos políticos, das igrejas e outras organizações sociais com direito a dispor deles. Se o canal público se tornar marginal, é o mesmo que negar cumprimento a esse direito constitucionalmente garantido. O serviço público requer um espaço público alternativo, em qualidade e substância, às televisões privadas, com uma audiência minimamente relevante.

Por isso, no contexto actual, dificilmente se pode conceber que o serviço público de televisão possa ser assegurado por um só canal, misturando a exigente programação destinada às minorias mais cultas (cinema, teatro, música, ciência, debates, ensino, etc.), com a programação mais “leve” destinada ao público em geral (informação, divulgação, entretenimento, desporto, etc.), que só ela completa o verdadeiro papel da televisão pública como espaço alternativo às televisões privadas. No caso português a eliminação do primeiro canal da RTP, além de reduzir a oferta televisiva (um mal em si mesmo), tornaria a televisão pública numa opção marginal, sem qualquer capacidade de competir com as televisões privadas, e logo sem poder cumprir o seu papel de serviço público. Com a desvantagem de o canal remanescente, desprovido de receitas de publicidade, vir a revelar-se provavelmente ainda mais caro relativamente à sua audiência, previsivelmente escassa, do que os actuais dois canais. Uma tal opção acabaria por determinar a médio prazo a eliminação pura e simples do serviço público. É de suspeitar, de resto, que tal seja o verdadeiro propósito desta operação.

Embora a televisão pública mantenha um apreciável pluralismo político e ideológico – só por cegueira é que se pode dizer o mesmo das estações privadas –, sem dificuldade se concede que em muitos outros aspectos o primeiro canal da RTP passou a mimetizar crescentemente os canais privados, inclusive na vertente mais populista dos programas de entretenimento e mesmo dos serviços noticiosos.

Mas a razão primeira de tudo isso tem de encontrar-se na fatal decisão do anterior governo do PSD que há uma década aboliu a taxa específica da televisão e a deixou dependente essencialmente das receitas da publicidade em concorrência com as estações privadas. A luta pela publicidade significa luta pelas audiências e esta descambou na imitação do pior populismo das estações privadas.

A abolição da taxa tornou a RTP também crescentemente dependente do financiamento directo do orçamento do Estado – a título de compensação das “obrigações de serviço público” –, o qual é muito mais visível e muito mais vulnerável à exploração política demagógica, sobretudo em época de vacas magras em termos de finanças públicas. Basta comparar com a situação na rádio pública, para ver como o financiamento por via de taxa específica constitui um meio muito mais eficaz e menos polémico do que o financiamento por via directa do Orçamento. Portanto, a eventual abolição da publicidade deveria ser acompanhada pela supressão do próprio financiamento orçamental directo, mediante a restauração da (impropriamente chamada) taxa de televisão, que poderia ser cobrada juntamente com taxa de rádio em todas as contas de consumo de electricidade

Por conseguinte, seria mais do que justificável que o Governo procedesse à reforma do regime de governo, de gestão e de financiamento da RTP, desgovernamentalizando o primeiro e confiando-o a uma autoridade realmente independente, profissionalizando a segunda e responsabilizando devidamente os gestores, e limitando o terceiro de acordo com uma avaliação rigorosa e independente das necessidades de um serviço público de televisão. Em vez disso, ao propor-se “assassinar” de uma penada uma verdadeira instituição nacional como a RTP (e este não é um ponto de somenos, visto que as instituições não morrem impunemente), o Governo preferiu ceder ao preconceito ideológico e satisfazer os poderosos interesses privados que o sustentam.

O atraso

Eduardo Prado Coelho

Público, 21 de Maio de 2002

Há no recente debate sobre a RTP um tipo de observação extremamente curiosa que permite avaliar o atraso teórico em que o país se encontra: é a atitude algo enfatuada e enfasiada dos que consideram que a questão não tem a gravidade que se lhe atribui uma vez que se trata apenas de... televisão. Este “apenas” é manifestamente delicioso e revela como muitos de nós ainda vivem com referências completamente obsoletas em relação às verdadeiras transformações do mundo. Para eles, assuntos sérios são a educação ou a segurança. Agora, a televisão? Que ideia!

Alguns supõem que o que importa é a escola e que o resto é puro divertimento. Não conseguiram ainda perceber esta coisa elementar: a escola foi amplamente ultrapassada por mecanismos como a televisão, os computadores ou os telemóveis naquilo que é hoje uma dimensão essencial das nossas sociedades: as formas de produção de subjectividade, isto é, dos modos de pensar, de sentir, de valorar, de escolher, de agir. Não entender isto é estar com 50 anos de atraso.

Há 50 anos pensava-se que a melhor maneira de dominar as pessoas era inculcar nelas ideias que iam contra os seus próprios interesses. Isto é, produzia-se ideologia para suscitar formas de alienação. E havia uma coisa a que se chamava “teoria crítica”, que tinha por função mostrar e denunciar o que estava oculto nessas manifestações ideológicas, levando os indivíduos a assumir os seus verdadeiros interesses.

O que se passa hoje é diferente. As máquinas de produção de subjectividade (que são, por exemplo, as empresas de televisão) não produzem ideias que mascaram os interesses verdadeiros, mas produzem directamente os homens e os seus “verdadeiros interesses” de um modo tão profundo que, feitas as contas, já não há nada a desmascarar ou a denunciar: eles foram “produzidos” para não se reconhecerem noutra coisa senão naquilo que os “produziu”.

Daí a importância de haver um ou dois canais. É evidente que poderíamos imaginar, no limite, um serviço público com um só canal. E é evidente que não devemos aceitar a ideia de um 1º canal para as massas e de um 2º canal para as elites. Mas, na prática, as coisas são simples e fáceis de prever: havendo um só canal e pretendendo-se que ele tenha audiência, esse canal acabará por ser feito segundo os critérios que regem as televisões comerciais. Porque todo o sistema de audiências está concebido para esse confronto permanente e, portanto, teremos um 1º canal muito parecido com o modelo actual e nem sequer haverá o complemento de um

2º canal. Com todas as consequências formativas que daqui resultam: desinteresse por uma televisão do conhecimento, desinteresse por desportos secundários, desinteresse pela criação cultural de vanguarda, desinteresse pelos interesses das minorias. O 1º canal é para “o público”, o 2º canal é para os “públicos” que nesse “público” existem.

Contribuição para o debate sobre o serviço público de televisão (I)

A RTP que já não existe

José Manuel Fernandes

Público, 29 de Maio de 2002

Num PREC grita-se, não se ouve. Proclama-se, não se pensa. Por isso não surpreende que no PREC que está montado à volta da RTP a emoção se tenha invariavelmente sobreposto à serenidade e a gritaria ao debate. Quase todos têm contribuído para isso, a RTP em primeiro lugar, pela algazarra que monta em cada telejornal, o Governo por não ter ainda sido capaz de explicar com clareza o rumo estratégico que vai seguir, e também muitos comentadores e editorialistas.

Eu próprio não tenho problema em reconhecer que escrevi textos que foram vistos como incendiários, dos quais não me arrependo: há momentos em que é necessário ser claro, directo e simples para que alguém escute. Fi-los porém com base nas mesmas ideias que, ao longo dos últimos anos, tenho defendido com persistência sobre o chamado “serviço público” de televisão. Fiz até questão de recordar recentemente extractos de textos antigos (editorial de 12 de Maio), alguns datando do início dos anos 90, para mostrar que esse fio de pensamento não se tem alterado com as conjunturas transitórias do poder político ou de quem manda na RTP.

Sinto no entanto a necessidade de sistematizar essas ideias, de forma mais serena e ordenada, para que se perceba porque defendo que a RTP não é reformável e, por isso, deve ser extinta.

Comecemos pelo princípio, a questão do serviço público. Que, na minha opinião, deve existir, mas não tem é a configuração nebulosa – mas proclamada como letra de lei – que os ideólogos do regime querem fazer passar por verdade absoluta e “europeia” (citar a Europa é sempre um supremo argumento de autoridade...).

Antes de procurar saber o que é “serviço público de televisão” tem de se começar por saber o que se espera da televisão partindo do único ponto de vista possível: o do cidadão. Se é esse o ponto de vista que adoptamos para a saúde ou para o sistema de segurança social – quais são as necessidades, traduzidas em desejos e inquietações, do cidadão contribuinte –, não há nenhuma razão para se começar pelo telhado no caso da televisão, isto é, para se começar por definir o que é que as elites desejam que a televisão seja.

Ora a televisão é, antes do mais, entretenimento. Não quer isto dizer que todas as televisões sejam de entretenimento, mas mesmo quando existem cem canais à escolha dos telespectadores, a maioria deles estará a ver programas de entretenimento.

Isso mesmo podia ser lido num recente dossier publicado pela revista inglesa *The Economist*: mesmo com todas as revoluções tecnológicas que se aproximam, o público vai continuar a procurar sobretudo entretenimento quando vê televisão.

Depois, a televisão é informação. Informação em todas as suas vertentes, desde as transmissões em directo aos debates em estúdio, desde os apontamentos de rua aos grandes documentários, desde a informação desportiva à cobertura de uma guerra longínqua.

São sobretudo estas duas componentes que os telespectadores procuram quando se sentam em frente ao televisor, na maior parte dos dias após longos dias de trabalho, cansados, mais preocupados em distrair-se do que em educar-se. E isso é válido tanto para o pedreiro como para o professor catedrático: a única diferença é que o segundo tem vergonha de o confessar.

Sendo isto que os cidadãos procuram na televisão, sendo sobretudo para isso que ela serve – informar e entreter –, importa reconhecer que a qualidade do entretenimento ou da informação não é um dado adquirido, bem pelo contrário. Que o entretenimento e a informação podem educar, ou deseducar, formar ou deformar. É aqui que poderemos encontrar um papel para o Estado – na minha perspectiva um papel de regulação e intervenção pontual, não um papel de execução directa. Mas já lá iremos.

Antes é necessário compreender que toda a discussão sobre televisão deve abandonar os paradigmas tecnológicos do passado e abrir-se sobre o novo mundo da televisão digital, do cabo, da “broadband”, do “pay per view” e por aí adiante.

Discutir sobre os paradigmas do passado – discutir se o serviço público deve ter um ou dois canais, por exemplo – só conduz ao disparate.

Vejamos alguns exemplos, começando pela tão discutida taxa (aqui, peço desculpa, mas não resisto a denunciar a hipocrisia dos que lamentam a extinção da taxa para logo acrescentarem que a sua reintrodução é impossível: é que o que assim estão a reconhecer é que o povo português não ama tanto a sua querida RTP como eles gostavam que amasse, e por isso não toleraria pagar de novo uma taxa para a sustentar).

A taxa com que a RTP nasceu era, à época, natural e justa. Poucos lares tinham televisão, os aparelhos eram muito caros, montar a estação algo absolutamente inacessível sem os dinheiros do Estado e pagava taxa quem tinha televisor, isto é, quem usufruía de tal serviço. Ao comprar o aparelho, de resto, era necessário preencher os papéis para pagar a taxa, que o comerciante depois enviava para a RTP. Quer isto dizer que a taxa não era um imposto: pagava realmente um serviço a que poucos acediam.

Quando a taxa acabou, o seu carácter tinha mudado. Tinha-se tornado num imposto socialmente regressivo: pagava a mesma taxa uma família com um velho televisor a preto e branco e uma família com televisões espalhadas por toda a casa. E, com o aparecimento das televisões privadas, pagaria taxa quem visse televisão

pública ou quem não a visse. Ainda bem, pois, que desapareceu.

Falar da taxa remete para um passado a que não se regressará. A televisão do Estado, única, cara, apenas acessível a alguns e financiada por uma taxa – qualquer taxa, por definição, paga um serviço prestado individualmente; o imposto, em contrapartida, destina-se a financiar os serviços que são prestados a toda a comunidade –, essa televisão acabou.

Olhar para o futuro é pensar que a tendência universal é constatar antes que vamos assistir a uma rápida multiplicação de canais – isso já está a suceder no cabo, vai brevemente acontecer no espaço hertziano, poderá passar ainda por outros suportes, como a Internet de banda larga. E isso sucede não só porque deixam de existir limites físicos à multiplicação dos canais, como o preço de entrada no negócio da televisão (mais exactamente: o preço de criação de cada novo canal) continua a descer abruptamente. Mais: olhar para o futuro é perceber que há uma tendência para cada vez menos gente ver televisão, trocando-a por outras formas de ocupar o seu tempo.

Temos por isso uma inversão de papéis: antes eram quase só os programadores dos raros canais existentes que decidiam o que víamos; hoje e cada vez mais no futuro será cada telespectador a fazer o seu menu, graças a um “zapping” de possibilidades quase infinitas. É fácil perceber que, neste quadro, centrar a discussão sobre a existência de um ou dois canais na televisão pública é de uma cegueira total – só que protagonizados por cegos que vêem muito bem: vêem com clareza quais os seus interesses particulares (para não dizer pessoais) que serão afectados.

Contribuição para o debate sobre o serviço público de televisão (II)

O futuro depois da RTP

José Manuel Fernandes

Pública, 29 de Maio de 2002

Tentei ontem explicar qual o quadro a partir do qual, no meu ponto de vista, devia partir uma discussão sobre o que deve ser um serviço público de televisão. Pensemos agora um pouco no que deverão ser as funções do Estado enquanto protagonista do bem comum e que tem o dever – é bom que isso nunca seja esquecido – de gerir com rigor, parcimónia e visão de futuro o dinheiro que arrecada junto de cada contribuinte.

Eu colocaria as responsabilidades e deveres do Estado em três domínios.

Primeiro, o de contribuir para acelerar as mudanças tecnológicas que vão permitir a multiplicação do número de canais que cada telespectador pode escolher, garantindo que não há discriminações sociais, isto é, que uns terão muito por onde escolher porque terão dinheiro para aceder ao cabo e a todos os novos dispositivos tecnológicos, e outros continuarão presos à velha televisão hertziana pré-digital. Por outras palavras: gostaria que o Estado se preocupasse mais com as infra-estruturas – as estradas da informação e da televisão – do que em tratar de ser ele próprio a ocupar com os seus canais o espaço por onde todos deviam circular livremente.

Segundo, o de garantir que é efectivamente um agente regulador. Que faz com que as leis sejam observadas. Que tem a coragem de mandar fechar um operador privado se este não cumprir o contrato a que está obrigado. Que é capaz de multar violentamente quem quebre as regras da concorrência. Que faz leis impondo limites ao tipo de programas que pode ser transmitido nas horas de audiência generalista. Que estuda e legisla sobre formas de devolver às famílias alguma capacidade de controlo sobre o que os seus filhos vêem, através designadamente da introdução do “v-chip”.

Terceiro – e só terceiro –, o que deve criar mecanismos capazes de garantir que a qualidade do entretenimento é garantida. Ou que, pelo menos, há escolha, há pontos de referência, há momentos altos. Os defensores do “statu quo” dizem que isso só pode ser feito como (não) tem vindo a ser feito: tendo o Estado os seus dois canais. Eu não vejo que isso necessite sequer de um canal exclusivamente público. Entendo que pode ser feito com grande vantagem e enorme economia contratando o Estado com os operadores privados a realização, produção e hora de transmissão dos programas que, por serem muito caros, ou por terem potencialmente audiências baixas, esses operadores privados não teriam condições para fazer. Isso

já foi feito, com muito êxito e baixo custo, entre o Estado e a SIC para a produção de telefilmes. Inúmeros outros exemplos poderiam ser dados. Por outro lado, na informação, quanto mais longe o Estado estiver, melhor: menor será a tentação de instrumentalizar o telejornal. Quando se diz que é necessário existir informação pública para garantir o pluralismo, está-se na pré-história – ou na mistificação pura: basta recordar que quando a maioria dos diários portugueses eram públicos é que o pluralismo não era garantido.

A meu ver devia ser esta a base da discussão, sendo que não tenho nenhum modelo imediato para propor. Mas algumas ideias. Por exemplo:

- não vejo qualquer sentido em manter, tal como estão, os centros emissores da Madeira e dos Açores. Eles justificavam-se no tempo em que as cassetes da Gabriela iam de avião para serem retransmitidas, não se justificam no tempo dos satélites. Mais: são um dos principais focos de infecção da televisão estatal e dos seus serviços de informação pelos poderes políticos locais;
- não compreendo por que deve a RTP Internacional ser a vergonha que é, vivendo do pior da RTP nacional e não aproveitando o melhor das estações privadas. Se me parece indiscutível que é necessário existir uma televisão portuguesa que chegue, via satélite, a todo o Mundo, se compreendo que essa é uma operação deficitária, não compreendo porque não há-de o Estado financiar um novo canal internacional, com o melhor de tudo o que se produz em Portugal, em todos os canais, um pouco à imagem da TV5 francófona;
- não acho que os arquivos da RTP devam ser tratados como a sua arca do tesouro. Antes veria, com bons olhos, a criação de uma grande arquivo nacional para o qual também contribuiriam as estações privadas e que seria explorado de forma proporcional à contribuição de cada um. Idealista e impossível? Não me parece: neste momento os principais grupos privados da imprensa escrita e a Agência de Notícias Lusa, onde o Estado é maioritário, já estão a preparar exactamente um mega-arquivo digital comum que deverá, inclusivamente, servir também o grande público via Internet;
- não entendo que se possa defender algo como a RTP África cuja programação é vergonhosa e cuja informação é condicionada pelas diferentes ditaduras e semi-ditaduras africanas de língua portuguesa. “Aquilo” não é televisão nem informação, quando muito poderia ser um departamento de propaganda do Ministério dos Negócios Estrangeiros.

Muito mais poderia ser dito sobre muitas empresas e subempresas do universo da actual RTP (que dizer da TV Guia, ou da produtora FOCO, por exemplo...), mas julgo que este quadro é suficientemente perceptível para chegar ao essencial:

1. Com ou sem Rangel, a RTP não tem reforma possível nem destino viável. Mas com ou sem Rangel há na RTP muitos activos valiosíssimos que o actual caminho em direcção à bancarrota só delapidará.

2. Sejam quais forem as etapas intermédias, o ideal era o Estado retirar-se da posse directa de qualquer canal de televisão, tal como se retirou dos jornais e deveria retirar das rádios (apesar de haver também um serviço público de rádio a garantir).
 3. O mercado não é suficiente para assegurar que o mais poderoso dos meios de comunicação de massas, a televisão, não degenera em telelixo permanente, pelo que existe um papel regulador e supletivo que o Estado terá sempre de desempenhar – e que custará dinheiro –, pelo menos nos tempos mais próximos.
 4. Mais canais generalistas a disputar um mercado publicitário escasso não é garantia nem de qualidade nem de pluralismo – mas o seu cruzamento com a multiplicação de canais especializados criará mais espaço para a escolha e permitirá que a qualidade brilhe.
 5. O Estado sempre foi e será melhor a construir infra-estruturas que democratizem o acesso de todos a tudo do que a “programar cultura”. Deixemo-lo pois fazer aquilo para que tem realmente vocação e meios.
- Dito tudo isto, nada disse sobre o Conselho de Opinião e os seus poderes. Não foi por acaso. O futuro também não passa por ele. Tal como não é certo que passe pelo Conselho de Administração que o Governo quer nomear. A diferença é que este tem legitimidade e já mostrou que, mesmo não mostrando saber muito bem por onde vai, sabe, parafraseando José Régio, “que não vai por aí”. É que o “por aí” foi por onde andámos nos últimos doze anos, para chegar ao desastre a que chegámos. Alguém pois que inverta o rumo e abra lugar à discussão (se possível com menos gritaria e menos clichés estatistas e dirigistas herdados de um passado morto e enterrado).

Nota pessoal: Ontem, ao início da tarde, fui convidado por Helena Vaz da Silva para a comissão independente que vai dar um parecer sobre o serviço público de televisão. Após alguma hesitação e depois de conhecer o nome dos outros membros da comissão, que me parecem garantir a sua independência e pluralismo, entendi aceitar. Tendo sido parte interveniente neste debate, julguei que não devia refugiar-me por detrás do meu estatuto de jornalista e recusar contribuir, agora de forma institucional, para o aprofundamento desse mesmo debate. Por coincidência feliz, os textos que ontem e hoje foram publicados neste jornal não só já estavam escritos há vários dias – e são, portanto, anteriores a este convite –, como me permitiram expor o ponto em que estão as minhas reflexões na altura em que aceito fazer parte desta comissão independente. Durante os dois meses que durar o trabalho da comissão, abster-me-ei de escrever sobre este assunto.

O Estado: heranças esquecidas, desafios emergentes

José Madureira Pinto

Pública, 9 de Julho de 2002

1. Em termos genéricos, o século XX assistiu, sensivelmente até à década de oitenta, a uma expansão regular das funções do Estado e do alargamento de âmbito das instituições de serviço público.

Isso foi obviamente notório quer em sociedades com “Estados totalitários”, quer em “países em vias de desenvolvimento” em que o Estado, detendo sectores-chave da economia, se reservou o papel de promotor quase exclusivo de crescimento e da própria integração nacional (“Estados autoritários”).

Mas também nos países de “democracia representativa” e economia de mercado (“modelo liberal”) não deixou de se verificar o mesmo movimento. Em primeiro lugar, porque o “bom” funcionamento do mercado sempre dependeu de um complexo sistema institucional adjacente (“justiça, segurança e defesa nacional, educação...), que só o estado-nação se mostrou capaz de garantir eficazmente e, depois, porque, na sequência de movimentos sociais vigorosos, polarizados sobretudo em organizações sindicais fortes, se assistiu à emergência e consolidação de um conjunto de políticas, instituições e direitos sociais progressivamente associadas à ideia de “Estado de Bem-Estar” ou “Estado-Providência”.

É já hoje claro que, mesmo no quadro europeu, não existe um modelo unívoco de Estado-Providência. Segundo os especialistas, haverá que considerar, pelo menos, quatro configurações parcialmente descoincidentes: o modelo anglo-saxónico, o modelo escandinavo, o modelo continental e o modelo da Europa do Sul.

Em qualquer caso, a construção do *Welfare State* é o resultado de um processo sustentado de consolidação do Estado democrático. Consolidação essa que, sobretudo no pós-guerra, se fez em articulação com um quadro específico de regulação da relação salarial, com um padrão de políticas económicas de matriz keynesiana, visando o crescimento e o pleno emprego, e com medidas de redistribuição de rendimento e de protecção social, discriminando positivamente, em certos casos, os grupos sociais mais desfavorecidos.

O património de direitos e realizações humanas directamente imputável à construção do Estado de Bem-estar é vastíssimo e corresponde a um “salto civilizacional” cuja importância não tem sido, contudo, devidamente realçada.

Condenado, frequentemente “à esquerda”, por ser o instrumento por excelência da defesa e perpetuação dos interesses da classe dominante e, “à direita”, por inibir o “livre” funcionamento do mercado, o Estado – e, em particular, o Estado de

bem-estar – encontrou alguma dificuldade em demonstrar e legitimar ideologicamente o seu papel “progressivo”, quando, já na década de oitenta, foi submetido a sérias pressões e ameaças (quer políticas, quer financeiras).

Aliás, à medida que as políticas de bem-estar se consolidam, materializando-se em práticas, aspirações e exigências correntes dos cidadãos, sofrem uma espécie de “naturalização”: os seus beneficiários dão-nas como irreversíveis e adquiridas para sempre, como se de uma “ordem natural das coisas” se tratasse. A tal ponto, que é preciso que sejam ostensivamente postas em causa, para se desencadarem movimentos que inequivocamente as reconheçam e defendam como aquisições históricas que são.

2. O movimento de crítica ao Estado-Providência, que se desenvolveu na passagem dos anos setenta para a década de oitenta, traduziu-se sob várias formas: abandono da ideia de planificação da economia, privatização de empresas públicas, externalização de serviços da administração em entidades privadas, redução do âmbito de algumas políticas sociais.

Sabe-se que tal movimento não é indiferente à aceleração dos processos de internacionalização das economias e modos de vida a que se tem chamado globalização. Dando esta última como uma tendência irreversível e eminentemente não regulável (a não ser pela “mão invisível”, agora planetária, dos mercados), não falta quem sustente que estará à partida condenado qualquer projecto político de salvaguarda das políticas de bem-estar, as quais encontraram, precisamente, no estado-nação, a sua génese e matriz de consolidação.

A evidência empírica foi-se encarregando, porém, de demonstrar que, nas duas últimas décadas, mesmo em “sociedades de abundância” e beneficiando de alguma forma de Estado-Providência, se multiplicaram os “disfuncionamentos sociais” (desemprego intermitente e de longa duração, pobreza, violência urbana, conflitos raciais, toxicodependências...). O vocábulo “exclusão” passou a ocupar, sintomaticamente, um lugar proeminente no discurso político de quase todos os quadrantes ideológicos.

Assim, não chega a surpreender que, por exemplo, uma instituição como o Banco Mundial, tão conhecida pelas suas críticas ao “excesso” de presença do Estado na economia e na sociedade, venha, desde os últimos anos da década de noventa, a tentar reabilitar com veemência, pelo menos no plano discursivo, o papel deste último na criação de condições de sustentabilidade para o desenvolvimento económico.

Cresce a consciência de que a internacionalização e imbricação crescentes das economias, embora dificulte uma intervenção do estado-nação feita nos moldes convencionais, não diminui a necessidade dessa intervenção. Bem pelo contrário, ao aumentar a complexidade dos sistemas económico-sociais, multiplicando os factores de risco e as ameaças à coesão social, esse acréscimo de interconexão das economias e mercados colocará ao Estado novas exigências. E isso com tanto

maior premência, quanto menos se avançar – e tem-se avançado muito pouco – no sentido de uma regulação económica e política à escala supranacional.

Concede-se que, numa economia aberta e competitiva, muitos dos parâmetros em que assentavam as formas de actuação do Estado sofreram uma modificação estrutural. Mas, se a concepção que o erigia em motor primordial do desenvolvimento e em proprietário “natural” de recursos-chave da economia perde claramente terreno, nem por isso é anulada a ideia de que o Estado deve continuar a estar presente na economia como “regulador” e “estratega”.

“Regulador”, porquê? Porque perante mutações tecnológicas constantes, sistemas financeiros eminentemente voláteis, mercados hipercompetitivos e redes empresariais globais estáveis, se impõe redefinir e garantir a aplicação de regras de jogo básicas, proteger empresas e sectores produtivos ameaçados, corrigir assimetrias territoriais decorrentes da lógica de mercado, conter agressões ambientais, etc...

“Estratega”, porquê? Porque no quadro da nova economia global, a competitividade depende muito da capacidade política das instituições nacionais para anteciparem, com rigor, cenários de evolução credíveis e criarem condições para o desenvolvimento de infra-estruturas básicas relacionadas com a inovação tecnológica e organizacional e a formação de recursos humanos que garanta aprendizagens sustentáveis e flexíveis.

Mas, para além de ter de responder às exigências estratégicas impostas pelo reposicionamento da economia nacional nas redes globais, o Estado mantém grandes responsabilidades em matéria de protecção social.

Em sociedades caracterizadas cada vez mais como “sociedades de risco”, onde se multiplicam vulnerabilidades e emergem novas desigualdades e onde a incerteza e o medo em relação ao futuro se transformaram em traço ideológico-cultural de natureza estrutural, cabe, de novo, ao Estado um papel decisivo em matéria de assunção de custos e riscos sociais recorrentes do modelo de desenvolvimento dominante.

É claro que, mais uma vez, esta posição enfrenta múltiplos detractores, inclusive no campo ideológico nominalmente associado ao reformismo social-democrata.

O modo como o tema da “insegurança” se instalou, recentemente, no discurso político-mediático é bem elucidativo da resistência colocada à reinvenção do papel do Estado nas sociedades contemporâneas.

Reservado, cada vez mais, para pensar a relação dos cidadãos com o delito, o vocábulo “insegurança” tornou-se, de facto, porta aberta para retomar a velha ideia de que o Estado se deve conter dentro dos estritos limites de “garante de ordem pública”. Outras, e bem mais abrangentes, “inseguranças” são, paulatinamente, transferidas para a penumbra dos factos sociais tidos como inevitáveis ou mesmo “naturais”: insegurança física no trabalho, com todas as suas consequências em matéria de sinistralidade laboral e doenças profissionais; insegurança no emprego, sobretudo entre os activos menos escolarizados; insegurança na inserção profissional dos mais jovens, mesmo escolarizados; insegurança perante a doença e o

envelhecimento; insegurança relacionada com qualidade alimentar e ambiental; e a listagem podia prosseguir.

Num contexto marcado por tantas “inseguranças” que, obviamente, decorrem de um modelo estrutural de desenvolvimento, e não do cruzamento avulso de perversidades individuais, o recuo da presença do Estado na vida dos cidadãos dificilmente pode ter justificação – a não ser, claro, para os que estejam disponíveis para reatualizar o conhecido preconceito segundo o qual o esforço colectivo de criação de igualdade de oportunidades conduz, inevitavelmente, ao desperdício de recursos e a uma injusta recompensa para os menos dotados.

“Reorganizar o Estado-Providência” de forma ajustada à nova matriz de desigualdades e inseguranças próprias de economias flexíveis e sociedades de risco torna-se um desafio a um tempo urgente e estimulante.

Com uma observação adicional.

Entre as consequências menos visíveis do modelo de globalização e desenvolvimento dominante, conta-se, sem dúvida, a que se traduz por uma erosão insidiosa das próprias condições objectivas e subjectivas a partir das quais se constroem afinidades e solidariedades colectivas. Para não ir mais longe, pense-se no efeito que, a este propósito, hão-de ter quer as novas segmentações e polarizações do mercado de trabalho decorrentes do acesso desigual dos trabalhadores às formações e competências emergentes, quer, passando a outra escala, as ameaças, cada vez menos veladas, de deslocalizações de actividades produtivas sem aviso prévio.

Acreditando-se que o Estado, nomeadamente na modalidade que temos vindo a comentar, não foi pura emanção de uma virtuosa “vontade colectiva” ou da magnanimidade do legislador, antes o resultado de uma longa construção que teve nos movimentos sociais organizados (nomeadamente em torno de partidos e sindicatos) os seus pilares mais consistentes, então a conclusão a retirar da observação precedente só pode ser esta: para recriar, hoje, o Estado de Bem-Estar, é indispensável refazer o terreno de onde possam emergir as solidariedades e fórmulas organizativas capazes de impor – a palavra não é excessiva – um contrato social ajustado aos novos problemas emergentes.

E se esse movimento não vai deixar de passar, como noutras circunstâncias históricas, pelas dinâmicas sindicais e político-partidárias, parece também evidente que ele terá, hoje, na frente cultural – em especial mediática, para ser mais claro – um espaço de intervenção crucial.

Talvez não seja por acaso que a discussão em torno do serviço público de televisão se revelou, inesperadamente, tão empolgante. Nesta discussão – muitos cidadãos o terão pressentido já –, não é só, nem principalmente, a qualidade da programação televisiva que está em causa. Em última análise – percebe-se cada vez mais –, é também o futuro do Estado-Providência, isto é, a possibilidade de os valores centrados no bem comum se sobreporem aos valores centrados no interesse dos mais fortes, que está verdadeiramente em jogo.

Uma caricatura

Francisco José Viegas

Jornal de Notícias, 9 de Maio de 2002

Eu não vi o debate sobre a RTP, mas não é preciso ser-se muito inteligente para perceber que a discussão sobre o futuro do “serviço público de televisão” está inquinada desde há muito tempo. Sim, desde antes de ter acabado a taxa sobre a televisão. Desde antes. Desde o tempo em que a RTP passou a ser um feudo regular para os que dependiam da estação pública, sujeita à cobiça dos vários governos. Não é preciso ter andado por aqueles corredores toda a vida para perceber que “aquela televisão” não tem nada a ver com a televisão de excelentes profissionais que a fizeram e também a dirigiram nos intervalos.

Eu lamento o destino da RTP porque há lá – nesses corredores – profissionais que, por mais respeitáveis e competentes que fossem, foram condenados pelo poder político, que impôs pequenos mandarins, gente inculta, grosseira, incapaz, inapta e, sobretudo, servil. Que o senhor ministro telefonasse antes do Telejornal para saber o alinhamento das notícias, pareceu-me sempre uma vergonha e um acto denunciável. Mas sempre me pareceu pior, ao longo dos anos, o apodrecimento de uma estrutura tão cara como a RTP, às mãos de ignorantes e de indigentes de espírito, incapazes de soletrar em português, de escrever legendas sem erros ortográficos, ou de evitar sucumbir ao mais piroso que se fez em televisão. Por isso, sempre achei estranho que se passasse por cima desse silêncio que tentou matar nomes importantes da televisão pública, desde Barata-Feyo a Joaquim Furtado, de Joaquim Vieira a Grego Esteves, de José Alberto Machado a tantos outros que não enumero mas a quem presto a minha homenagem. Parece que o Governo quer reduzir a RTP a um só canal que seria construído à imagem da RTP2. Não sei como vai resolver-se esse problema, mas parece-me uma atitude, pelo menos.

Porque esta RTP, a RTP dos concursos e das gritarias, a do pimba e da revisteca, a das futeboladas e dos filmes de kung-fu, a RTP vendida a uma guerra de audiências absurda onde cada um luta por ser pior – esta não é a televisão pública que, como cidadão, quero para o meu país. E esta RTP Internacional também não é a RTP que eu quero que saia das nossas fronteiras como exemplo do que podemos mostrar ao mundo. Durante anos toda a gente discutiu sobre “o serviço público de televisão” como um conceito praticamente metafísico e intangível. Durante esses mesmos anos os responsáveis políticos evitaram sempre falar de padrões de qualidade aceitáveis e desejáveis numa televisão pública, de um bom senso editorial e de programação que não cedesse ao aviltamento e à mediocridade. Com medo da

palavra “elitismo”, defendeu-se que a RTP devia sucumbir a esse hooliganismo das ruas e ao apetite pela boçalidade e pelo que de pior podia passar pelos estúdios. Não. O culpado não foi este ou aquele director de programas ou de informação. O culpado foi o Estado e, por inerência, foram os sucessivos governos incapazes de conceber a RTP como uma televisão que devia produzir o melhor – e, nunca, competir com o pior. Ultrapassada pelas televisões privadas em matéria de qualidade editorial, ultrapassada em matéria de exigência, de credibilidade, a RTP afundou-se quase definitivamente, emparedada em contas que o Estado não pagava e em pressões que resultaram em administrações e direcções a curto prazo, sempre sujeitas aos humores dos políticos especialmente zelosos em temporadas pré-eleitorais. O resultado é este: toda a gente quer meter o bedelho na RTP. Não admira. A RTP transformou-se na prostituta do regime – mal paga, mal querida, mal amada, mal tratada, sem protecção. E obrigada a servir a boçalidade do regime, a sua indigência, a sua falta de cultura, de elevação e de responsabilidade. Não raras vezes, obrigada também a esquecer os seus melhores profissionais e a mantê-los afastados dos ecrãs. O resultado é este: durante anos, as peças dos telejornais eram mal montadas, os textos mal escritos nunca foram corrigidos com a mão forte exigível, a indigência na produção nunca foi punida, os gastos excessivos foram sempre desculpados e escondidos com vergonha, o desleixo nunca foi castigado. E mais do que isso: os melhores nunca foram distinguidos devidamente, nem aproveitados, nem bem tratados. A RTP transformou-se numa caricatura. É essa caricatura que querem hoje julgar, não a ideia do serviço público de televisão ou a sua necessidade, o que é uma pena.

RTP em “reality show”

José Manuel Paquete de Oliveira

Jornal de Notícias, 18 de Maio de 2002

O problema RTP “incendiou” a cabeça das pessoas. Parece que já quase ninguém o quer discutir, analisar e resolver com serenidade, equilíbrio e razoabilidade. Governantes, políticos, intelectuais, jornalistas, “engalfinham-se” ao máximo, perdendo a lucidez, condição indispensável à solução de um problema complicado.

Antes de mais seria importante ter presente que, sendo a RTP uma questão nacional, não é a questão nacional. E não se justifica, a não ser por um clima de histeria política, ou no dizer de alguns, na incontida ânsia de espoletar “outro” PREC – como este assunto, de repente, envolveu em guerra aberta Governo, partidos, Assembleia da República, vai chamar à liça o presidente da República e já está a “ridicularizar” os mecanismos da sustentação de um regime democrático. Só pode ser por muitos já terem “perdido a cabeça”.

Ou estaremos perante uma estratégia montada pela coligação governamental que, sabendo do grau inflamatório deste assunto e da alta visibilidade a que está sujeito, escolheu esta polémica questão para estabelecer uma “cortina de fumo” com o intuito de “revolucionar”, nos bastidores, o que, efectivamente, lhe interessa?

O problema RTP é um velho problema. Sucessivamente adiado, sucessivamente agravado. Carcomido e talvez putrefacto. Todos os governos da República têm responsabilidades sobre ele. Várias administrações contribuíram para o seu agravamento. A Comissão de Trabalhadores veio tarde para a rua da 5 de Outubro. O Conselho de Opinião nunca interveio, a tempo e com oportunidade, com a força e a decisão que julgou ter agora.

O senhor ministro Morais Sarmiento disse que não queria sobre o assunto discussões “etéreo-filosóficas”. Tinha nas mãos um problema e tinha de resolvê-lo. Percebe-se. Para ele, num país que está de tanga, o problema era sobretudo financeiro.

Ora o problema da RTP é um grave problema financeiro pelo cúmulo de dívida que faz dela uma empresa tecnicamente falida e um sorvedoiro insustentável de finanças públicas. Acontece que o problema da RTP é também um assunto de Estado e de Estado democrático e até de União Europeia. Tem de ser discutido – e resolvido – custe o que custar, num enquadramento político perante um mundo audiovisual totalmente globalizado. A menos que queiramos voltar ao “orgulhosamente sós”.

Os problemas de comunicação social nunca são puramente financeiros. Por isso questões como estas não podem ser escamoteadas: o que é uma televisão de ser-

viço público? Deve esta ser do Estado ou privada? O que é “serviço público” em televisão? Como se pode compatibilizar serviço público de televisão com televisão de qualidade? O que é uma programação de “qualidade”?

Quem estabelece os padrões dessa qualidade – os “notáveis” que definem as nomeações para votação dos “Globos de Ouro” da SIC, a “classe” dos intelectuais ou aqueles que dão elevados “shares” à Gisela do “Masterplan”? Nas democracias actuais que, felizmente, provocaram uma enorme “explosão social”, cruzando nos mais diversos espaços públicos gentes de todas as raças, culturas, gostos, diferentes níveis sociais, é ou não difícil fazer televisão de qualidade para sociedades onde abundam “telespectadores sem qualidade”? É um problema da televisão ou da democracia? Quanto custa viver assim em democracia?

Como se vê pela discussão que aí vai, não são as dezanove (19!) obrigações que a Lei da Radiotelevisão Portuguesa consagra ao estatuto de “serviço público” que resolvem estas minudências “etéreo-filosóficas”.

A questão, por exemplo, de que não se pode contemporizar “serviço público” com publicidade, por causa da guerra das audiências acho estupidificante. Quando se sustenta “serviço público” com finanças públicas (por taxas ou colecta dos impostos), por determinação dos governos, não é o cidadão que está a pagar? E quando se sustenta televisão comercial por dinheiro advindo de investimento publicitário, por determinação de empresários, não é o cidadão que paga? Já viram alguma empresa continuar a anunciar produtos ou serviços que ninguém compra?

Causa-me tristeza a visão deste “reality-show”-RTP. Muito mais do que ver a Gisela aos murros sobre a provocadora Sandra. Porque este é da comercial SIC, o outro é do país, chamado Portugal.

Modelos de serviço público

Adriano Duarte Rodrigues

Expresso, 15 de Junho de 2002

Um dos aspectos mais interessantes do recente debate acerca da radiotelevisão pública é a dificuldade de obtenção de uma definição consensual do serviço público. Embora já relativamente longa, a história desta questão, à semelhança de muitas outras que povoam a nossa contemporaneidade, parece ter sido enterrada na memória colectiva. Parece que entrámos definitivamente numa época de amnésia, maneira delicada de designar a ignorância crassa que se instalou no estilo de vida deste novo século.

A história explícita do serviço público remonta aos finais do século XIX, mas os seus antecedentes retomam questões que emergiram na Europa, com o aparecimento do público, no quadro dos ideais modernos de emancipação política. Ao longo dos últimos três séculos, o público foi apresentando diversas configurações semânticas, formando como que sedimentos que se sobrepõem na nossa experiência actual. As diferentes políticas de serviço público de televisão que encontramos nos diferentes países europeus dão-nos uma boa panorâmica destas diferentes configurações.

O público é uma categoria política que surge, no século XVII, no quadro da reivindicação da autonomia dos cidadãos esclarecidos, face à vontade despótica do soberano. É desta acepção originária que o conceito de público herda o sentido revolucionário que irá dar lugar à queda do Antigo Regime, na sequência da Revolução Francesa, e à consequente instauração do Estado moderno. O Estado passa então a ser entendido como o exercício de poder democrático, fundado na livre expressão da vontade soberana dos cidadãos informados, mobilizados por consensos obtidos a partir da livre discussão e do confronto das opiniões.

É desta concepção do público que decorre a formação do imaginário do serviço público, entendido como o exercício de uma actividade, ao mesmo tempo, de esclarecimento do público acerca das questões do seu interesse e de repercussão pública dos argumentos e dos consensos obtidos através do exercício da livre discussão. Podemos considerar estas duas actividades como o exercício das duas funções pedagógica e representativa do serviço público. Embora nunca tenham sido inteiramente asseguradas, estas funções formam as componentes do ideal ou do horizonte originário, legitimador do serviço público no quadro dos Estados modernos.

Esta noção originária de público viria a sofrer uma viragem significativa, a partir do final do século XIX, na sequência do processo de industrialização e da questão social. O público deixou então de ser entendido como espaço de livre debate entre

peças esclarecidas, para se tornar espaço de confronto de interesses antagónicos, em função do lugar ocupado no processo produtivo. Desta viragem decorreu a cisão do conceito de serviço público nos dois sentidos opostos que chegaram até aos nossos dias: o sentido liberal e o sentido colectivista. Enquanto o serviço público, no sentido liberal, passou a depender do livre funcionamento das leis do mercado, no sentido colectivista passou a ser considerado como espaço de mobilização e de luta contra as forças hegemónicas responsáveis pelas diferentes formas de escravidão. É neste segundo sentido que Althusser virá a propor a inserção dos *media* no conjunto dos Aparelhos Ideológicos de Estado.

Foram estes dois modelos que se impuseram ao conjunto dos países europeus. Na Europa ocidental, com a generalização do modelo do mercado, foi o modelo liberal que se tornou predominante e que acabou por orientar a política dos *media*. O modelo colectivista vigorou nos países de Leste até à queda do muro de Berlim. Só episodicamente, como por exemplo, em Portugal, durante o PREC, o modelo colectivista de serviço público foi experimentado nos países ocidentais.

A partir dos anos 50, a noção de público mudou substancialmente, a ponto de muitos autores considerarem esta mudança como destruição do público. É certo que os autores que falam hoje de morte do público não têm em mente as concepções liberal e colectivista de público, mas antes o seu ideal originário, entendido como conjunto de pessoas esclarecidas e informadas, tal como foi concebido, a partir do século XVII, no quadro do projecto emancipador moderno.

Mas, a partir do fim da Segunda Guerra Mundial, o público foi adquirindo um novo sentido, devido à relativa autonomização do campo mediático em relação às outras forças sociais, na sequência da sua luta contra as diferentes formas de censura e de tirania que, paradoxalmente, acompanharam a implantação dos Estados modernos. O desenvolvimento tecnológico dos últimos 50 anos aceleraria esta autonomização dos *media*. O público deixaria assim de ser encarado como sujeito de vontade e fonte soberana do poder democrático, para passar a ser visto como alvo de estratégias de sedução com vista à imposição dos produtos mediáticos, com vista ao alargamento das suas clientelas, indispensável para a sua própria sobrevivência, no quadro de uma concorrência cada vez mais exacerbada. Foi por isso que alguns autores começaram a falar de massa para designar este alvo anónimo, sem rosto nem real capacidade de decisão. Mas, quer aceitemos quer recusemos esta designação, o facto é que ela procura dar conta de uma viragem importante que surgiu no final do século XIX, com o aproveitamento da publicidade como meio de financiar as empresas jornalísticas, e que se consolidou ao longo do século XX.

A partir do final dos anos 80, assistimos a uma nova viragem, de que alguns acontecimentos parecem ser particularmente emblemáticos. O derrube do muro de Berlim, a criação das redes telemáticas, com o conseqüente enfraquecimento do controlo do Estado, assim como o aparecimento de novas formas de violência, de que os terrorismos são a face mais visível, indiciam transformações directamente relacionadas com o funcionamento dos novos *media* e com novos sentidos do público.

É neste novo quadro que se situa o actual confronto entre o poder político e o sector público de radiotelevisão. Aquilo que está em jogo é uma tentativa de aceleração do campo político, o sobressalto do seu desejo de mobilização da experiência colectiva que parece cada vez mais escapar ao seu controlo. O actual debate retoma etapas históricas que nunca foram completamente resolvidas. A persistência, nos países latinos, da confusão entre serviço público e empresa estatal é particularmente reveladora desta incipiente emancipação dos cidadãos perante o exercício do poder. Já não são as funções pedagógica e representativa que servem hoje de critério à definição de serviço público. Tanto o modelo liberal como o modelo colectivista revelaram-se igualmente intoleráveis. Ninguém, com um mínimo de respeito pela liberdade individual, pode aceitar seriamente o projecto de instrumentalização do público, confundido com as audiências amestradas pelas estratégias sedutoras. Mas também ninguém, com um mínimo de respeito pela sabedoria popular, pode aceitar um serviço público entendido como doutrinação ou imposição de um desígnio colectivo às massas. É por isso que uma definição consensual de serviço público é particularmente difícil, embora todos reclamem a sua necessidade urgente. Em vez da diminuição dos poderes dos Conselhos de Opinião, proposta pelo Governo, impõe-se o seu alargamento e a sua transformação em Assembleia Geral, dotada de direitos e deveres inalienáveis para, em permanência, propor a adaptação do serviço público às mudanças culturais e tecnológicas, assim como para mobilizar e gerir os recursos indispensáveis à sua implementação.

Índice

<i>Prefácio</i>	
Por uma democracia a vir. A televisão de serviço público e a sociedade civil	7
<i>Moisés de Lemos Martins</i>	
<i>Introdução</i>	
Serviço público – Uma perspectiva	11
<i>Manuel Pinto</i>	
I. De que é que se fala quando se fala em Serviço Público de Televisão?	23
<i>Joaquim Fidalgo</i>	
II. Pensar e projectar o serviço público com a participação do público	41
<i>Manuel Pinto</i>	
III. RTP e serviço público	
– Um percurso de inultrapassável dependência e contradição	61
<i>Helena Sousa e Luís António Santos</i>	
IV. Os conteúdos do serviço público de televisão:	
pistas para a elaboração de uma grelha de programação	81
<i>Felisbela Lopes</i>	
V. A publicidade e o serviço público de televisão (o caso RTP).	
Contributos para uma reflexão	115
<i>Helena Gonçalves e Helena Pires</i>	
VI. Conclusões e recomendações	133
Anexos	139

ISBN 972-610-928-0



9 789726 109280

